1

غرب از رؤیا تا واقعیت ■ به قلم اندیشمندان غربی



رسانه سلطه، سلطه رسانه

تبلیغات رسانه‌ها در خدمت سیاست امریکا

بسم الله الرحمن الرحیم

غرب از رویا تا واقعیت (۱) : رسانه سلطه ، سلطه رسانه : تبلیغات رسانه ها در خدمت سیاست آمریکا

نویسنده:

مریم رضایی

ناشر چاپی:

مرکز پژوهشهای اسلامی صدا و سیمای جمهوری اسلامی ایران

ناشر دیجیتالی:

مرکز تحقیقات رایانه‌ای قائمیه اصفهان

فهرست

غرب از رویا تا واقعیت (۱) : رسانه سلطه ، سلطه رسانه : تبلیغات رسانه ها در خدمت سیاست آمریکا

مشخصات کتاب

سرشناسه : رضایی، مریم، ۱۳۵۳ -

عنوان و نام پدیدآور : رسانه سلطه ، سلطه رسانه : تبلیغات رسانه ها در خدمت سیاست آمریکا/ تدوین مریم رضایی، فریده پیشوایی؛ زیرنظر داود رجبی نیا.

مشخصات نشر : قم : صدا و سیمای جمهوری اسلامی ایران، مرکز پژوهشهای اسلامی ، ۱۳۸۹ .

مشخصات ظاهری : ۱۰۰ ص.

فروست : غرب از رؤیا تا واقعیت ؛ ۱ .

مرکز پژوهشهای اسلامی صدا و سیمای جمهوری اسلامی ایران؛ ۱۶۹۴

شابک : ۱۵۰۰۰ ریال: ۹۷۸-۹۶۴-۵۱۴-۱۵۶-۹

وضعیت فهرست نویسی : فاپا.

موضوع : رسانه های گروهی -- ایالات متحده -- جنبه های سیاسی

موضوع : رسانه های گروهی -- عینیت

شناسه افزوده : پیشوایی، فریده، ۱۳۵۴ -

شناسه افزوده : رجبی نیا، داود، ۱۳۴۷ -

شناسه افزوده : صدا و سیمای جمهوری اسلامی ایران. مرکز پژوهشهای اسلامی

رده بندی کنگره : P۹۵/۸۲ /الف۹ ر۶ ۱۳۸۹

رده بندی دیویی : ۳۰۲/۲۳۰۹۷۳

شماره کتابشناسی ملی : ۲۲۲۹۶۲۰

ص: ۱

اشاره

فهرست مطالب

ص: ۳

مقدمه

«غرب از رؤیا تا واقعیت» عنوان مجموعه پیش رو است که قصد دارد با استناد به منابع غربی و بهره گیری از قلم و بیان اندیشمندان غربی و پرورش یافتگان همان مکتب، آن روی سکه فرهنگ و تمدن غرب را نقد و بررسی کند. همچنین می کوشد تا سیاست های حاکم بر نظام کشورهای غربی همچون امریکا و انگلیس و نیز اسراییل را نشان دهد.

امروزه کمتر عرصه ای را می توان یافت که به گونه ای از انگاره های فکری و فلسفی و فرآورده های تمدن غرب اثر نپذیرفته باشد. با این که آثار مثبت تمدن غرب را نمی توان یک سره نفی کرد، به نظر می رسد بازخوانی آثار و پژوهش های انتقادی محققان غربی در زمینه های گوناگون، برای آشنایی بیشتر مخاطبان فرهیخته در حوزه غرب شناسی بسیار راه گشا باشد.

مباحث این مجموعه، برگزیده و فشرده ای از مقاله های ترجمه شده در نشریه «سیاحت غرب»مرکز پژوهش های اسلامی صدا و سیما است. عنوان های هفت جلدی پیش رو عبارتند از:

۱. رسانه سلطه، سلطه رسانه (تبلیغات رسانه ها در خدمت سیاست امریکا)؛

۲. جنگ نرم رسانه ای (تهاجم بر ضد اسلام و ایران)؛

۳. تکنولوژی و چالش های فرا رو؛

ص: ۵

۴. قاب جادو (آسیب های اینترنت و تلویزیون در غرب)؛

۵. معماران امپراتور (چه کسی بر امریکا حکومت می کند؟)؛

۶. امریکا، محور شرارت؛

۷. استعمار مدرن (جهانی شدن یا جهانی سازی؛ آثار و پی آمدها).

شماره اول این مجموعه با عنوان «رسانه سلطه و سلطه رسانه» به این موضوع می پردازد که در کشورهای غربی، رسانه ها جریان اطلاع رسانی را در دست دارند و بیشتر این رسانه ها وابسته یا از آنِ شرکت های بزرگ تجاری هستند. یکی از اهداف این رسانه ها، تحریف واقعیت ها درباره حمله های نظامی امریکا به کشورهای مختلف جهان است که با هدف ایجاد نوعی تعدیل و موجه نشان دادن آن در افکار عمومی صورت می گیرد.

در پایان، ضمن قدردانی از مدیران و مسئولان مرکز پژوهش های اسلامی، تلاش های پژوهشگر گران قدر، آقای مهدی نصیری؛ سردبیر محترم نشریه «سیاحت غرب» و همکارانشان را ارج می نهیم. همچنین از همکاران پژوهشی (به ترتیب حروف الفبا)، حبیبه برغمدی، اسماعیل پرور، وحیده پیشوایی، محمدعلی روزبهانی، حمید رحمانی و سید محمود طاهری که در تنظیم و تدوین موضوعی این مجموعه به ما یاری رساندند، سپاس گزاری می کنیم.

چه چیزی رسانه های غالب را به رسانه های غالب تبدیل کرده است؟

نوام چامسکی (۱)

چکیده

مطبوعات و به طور کلی، جامعه اطلاع رسانی امریکا، هر کدام به گونه ای،وابسته یا متعلق به شرکت های بزرگ تجاری هستند. کسانی هم که در این رسانه ها کار می کنند، تحت امر این شرکت ها به حساب می آیند. این رسانه ها جریان غالب خبر و اطلاع رسانی را در کشور در دست دارند. افرادی که در خدمت این رسانه ها هستند، باید دارای چارچوب ذهنی مشخصی باشند؛ چارچوبی که شرکت های تجاری بزرگ مشخص می کنند. در نتیجه، خوراک فکری یک کشور را تعدادی شرکت تجاری بزرگ تأمین می کنند و به این ترتیب، این شرکت ها هر آنچه را لازم می دانند، عملی می سازند و کسی با آنها مخالفت نمی کند؛ چون این رسانه ها با سرگرم ساختن مردم به امور بی فایده، فکر آنها را از مسائل مهم، منحرف ساخته اند.

اگر شما می خواهید رسانه ها یا هر نهاد دیگری را بشناسید، کار خود را با پرسش از ساختار سازمان درونی و جایگاه اجتماعی آن نهاد شروع می کنید. همانند یک دانشمند، هنگامی که می خواهد یک مولکول پیچیده را بررسی کند، شما نیز ابتدا ساختار این نهاد ها را بررسی می کنید. سپس تصویری از محصولات رسانه ها، بر اساس ساختار آنها در ذهن خود می سازید. آن گاه با تجزیه و تحلیل تولید رسانه ای، میزان تطابق آن را با تصویر ذهنی خود

ص: ۷

۱- Noam Chomski، محقق و نویسنده مشهور امریکایی.

می سنجید. در واقع، تمام کارهایی که در مورد تحلیل رسانه ها انجام می شود، مربوط به این قسمت آخر است: تلاش برای فهم دقیق آنچه رسانه ها تولید می کنند. خوب، چه چیزی را خواهید یافت؟ پیش از هر چیزی، متوجه رسانه های مختلف با کارکرد های متفاوت خواهید شد. برای نمونه، می فهمید سرگرمی ها،هالیوود، نمایش های تلویزیونی و رادیویی کم ارزش و مواردی از این قبیل، به همراه بیشتر روزنامه های کشور که معطوف به مخاطبان جمعی هستند، به جای آگاه ساختن مردم، آنها را منحرف می کنند.

«رسانه نخبگان»، بخش دیگری از رسانه ها هستند که گاهی آنها را «رسانه های تعیین کننده خط مشی» نیز می نامند؛چون این رسانه ها پشتیبان های بزرگی دارند. آنها چارچوبی را تعیین می کنند که دیگر رسانه ها مطابق با آن عمل می کنند. نیویورک تایمز، واشنگتن پست و چند خبرگزاری دیگر، از این نوع رسانه ها هستند. بیشتر مخاطبان این روزنامه ها، طبقه ممتاز جامعه اند.افرادی که روزنامه نیویورک تایمز را می خوانند، بیشتر، طبقه ثروتمندند که گاهی اوقات آنها را «طبقه سیاسی» نیز می نامند. بسیاری از این افراد در روندی رو به رشد، در تصمیم گیری ها و هدایت جریان ها دخالت دارند و به طور عمده، این کار را در نقش مدیر نهاد های مختلف تصمیم گیری انجام می دهند. این افراد می توانند در نقش مدیران سیاسی، مدیران بازرگانی (مانند مدیران اجرایی)، مدیران علمی و آکادمیک (مانند افراد بسیاری که در مدرسه ها و دانشگاه ها مشغول هستند)، یا دیگر ژورنالیست ها ظاهر شوند؛ کسانی که شیوه فکر کردن مردم را تعیین می کنند و به آنها می گویند چگونه به مسائل بنگرند.

رسانه های نخبه یا رسانه هایی که خط مشی تعیین می کنند، کدام رسانه هایند؟ برای مثال، از نیویورک تایمز و سی.بی.اس می توان نام برد. پیش

از هر چیز، این رسانه ها شرکت هایی بزرگ و سودآور هستند. به علاوه، بیشتر آنها با شرکت های بسیار بزرگ تری ارتباط دارند یا در کل متعلق به این شرکت ها هستند؛شرکت هایی چون جنرال الکتریک ووستینگ هاوس. این شرکت ها در حال صعود به قله قدرت نظام اقتصاد خصوصی هستند که نظامی ظالمانه است؛ شرکت هایی سلسله مراتبی که یک گروه اقلیت آنها را کنترل می کنند. اگر کاری را که ایشان انجام می دهند، نمی پسندید، باید از آنها فاصله بگیرید. این رسانه های بزرگ، بخشی از این سیستم مستبد به شمار می روند.

مطمئنم داستان قلعه حیوانات را خوانده اید. این داستان را جرج اورول در اواسط دهه ۱۹۴۰ نوشته است. در این کتاب، نگاه دقیقی به دولت مستبد شوروی شده است. این کتاب، اثر بزرگی است و همه آن را دوست دارند. به تازگی معلوم شده است که وی مقدمه ای برای قلعه حیوانات نوشته بود که منتشر نشده است. این مقدمه،سی سال پیش از نوشتن کتاب، در میان نوشته های وی پیدا شد. مقدمه کتاب قلعه حیوانات در مورد «سانسور ادبی در انگلستان» بود و چیزی که در آن ذکر شده، این بود که این کتاب به طور خاص، شوروی و ساختار مستبدانه آن را مسخره می کند، ولی انگلستان آزاد نیز تفاوتی با این کشور ندارد.

[به باور اورول،] ما در کشور خود سازمانکا.گ.ب نداریم، ولی نتیجه در هر دو کشور، یکسان است. افرادی که ایده های مستقل دارند یا در مورد «تفکرات غلط» می اندیشند، طرد خواهند شد.

اورول در این زمینه تنها دو جمله در مورد ساختار نهادی ذکر می کند. او می پرسد: چرا چنین اتفاقی می افتد؟ اول به این دلیل که خبرگزاری ها متعلق به سرمایه دارانی است که می خواهند فقط مسائل مشخصی به آگاهی مردم

برسد. دلیل دوم این است که وقتی شما در یک نظام آموزشی نخبه قرار می گیرید، یعنی وقتی به آموزشگاه های خاصی می روید (مانند آکسفورد و غیره)، در آنجا یاد می گیرید مسائل خاص و مشخصی هستند که شایسته نیست بگویید و افکاری وجود دارند که شایسته نیست در ذهن خود نگاه دارید. این فرآیند، نقش اجتماعی سازی نهاد های نخبه است. اگر شما این مسئله را نپذیرید، حذف خواهید شد. این دو جمله، کم و بیش، تمام داستان را بیان می کنند.

وقتی رسانه ها را نقد می کنید و معترض می شوید که مثلاً آنتونی لویس یا شخص دیگری، مطلبی را نوشته است که مطابق خواسته ها و مورد حمایت سیستم قدرت است؛ این کار شما، آن نویسنده ها را بسیار عصبانی می کند. آنها با ژستی حق به جانب می گویند: «هرگز کسی به من نمی گوید که چه چیزی بنویسم. من هر چیزی را که دوست داشته باشم، می نویسم؛ چون من هیچ گاه زیر فشار نبوده ام.» بی شک،این مطلب، درست است، ولی نکته اصلی این است که به فشار و محدودیت،نیازی نیست؛زیرا نویسنده ها پیش از این توجیه شده اند. اگر آنان می خواستند از موضوع هایی بنویسند که مجاز به نوشتن آن نیستند، هرگز به این جایگاه نمی رسیدند؛ جایگاهی که اکنون می توانند از آنجا، مسائلی را که می خواهند، مطرح کنند. این مسئله در مورد اعضای هیئت علمی دانشگاه ها و روش های ایدئولوژیک تر آنها نیز به طور گسترده ای صدق می کند.

آخرین چیزی که باید به آن توجه کرد، چارچوب دکترینی است که این فرآیند از آن ناشی می شود. افرادی که در سطوح بالای نظام اطلاعاتی، شامل رسانه ها، تبلیغات، علوم سیاسی آکادمیک و ... قرار دارند، هنگامی که مطلبی

را برای یکدیگر می نویسند (نه زمانی که سخنرانی فارغ التحصیلی خود را می کنند)، آیا از آنچه باید اتفاق بیافتد، تصویری در ذهن خود دارند؟ در سخنرانی فارغ التحصیلی، فقط یک سری مطالب بیهوده را سر هم می کنید، ولی مهم، زمانی است که این افراد برای یکدیگر مطلبی می نویسند.چه چیزی بین این افراد رد و بدل می شود؟

خط مشی اصلی (که در حال توضیح آن هستم)، این است که عامه مردم، «بیگانگانی جاهل و مداخله گر» هستند. ما باید ایشان را از عرصه عمومی دور نگاه داریم؛ چون اگر آنها وارد این امور شوند، فقط دردسرساز هستند. آنها فقط «تماشاگر» هستند، نه «مشارکت کننده». آنها فقط اجازه دارند هر چند وقت یک بار پای صندوق های رأی بروند و یکی از ما افراد باهوش را انتخاب کنند. پس از این کار باید به خانه های خود برگردند و به تماشای مسابقات فوتبال و از این قبیل برنامه ها بپردازند.

والتر لیپمن، عضو دیگرِ «کمیته کریل» بود. کسی که کم و بیش،نیم قرن، برجسته ترین چهره ژورنالیسم امریکا بود (منظورم، ژورنالیسم و تفکرات جدّی امریکایی است). وی همچنین نویسنده «مقالات پیشرو در مورد دموکراسی» است که با توجه به پیشرفت های دهه ۱۹۲۰ نوشته شده اند. او نیز درس هایی را به کار می بست که از تبلیغات گرفته بود. وی می گوید: «هنر جدیدی در دموکراسی وجود دارد که آن را «تولید رضایت» می نامند. با استفاده از تولید رضایت، می توانید بر این حقیقت غلبه کنید که بسیاری از مردم حق رأی دارند. ما می توانیم این امر را بی ربط جلوه دهیم؛چون می توانیم رضایت را تولید کنیم و مطمئن شویم انتخاب ها و نگرش های آنها بر اساس آن چیزی شکل خواهد گرفت که ما به آنها می گوییم، حتی اگر آنها

راهی رسمی و قانونی را برای شرکت خود در انتخابات داشته باشند. بنابراین، ما به دموکراسی واقعی دست یافته ایم. این روند به خوبی کار می کند و نتیجه به کار بستن درس هایی است که از آژانس تبلیغاتی ریشه می گیرد».

حزب های سیاسی به ویژه حزب محافظه کار در انگلستانبا الهام گیری از تجربه های جنگ جهانی اول، درس هایی از این جریان گرفتند. اسناد مربوط به آن زمان که به تازگی انتشار یافته است، نشان می دهد آنها نیز به دستاورد های وزارت اطلاعات بریتانیا پی بردند. آنها فهمیدند که کشور روز به روز دموکراتیزه تر می شود.در نتیجه، مجبور شدند علوم سیاسی را به جنگ سیاسی تبدیل کنند و سازوکار های تبلیغاتی را که به طور مشخص در طول جنگ جهانی اول برای کنترل افکار مردم استفاده می شد، در این زمینه به کار بندند. (۱)

۱- www.irmondediplo.com، سیاحت غرب، شماره ۵۶.

...

رقابت بر سر سلاح اطلاعات

اشاره

داگلاس راش کوف(۱)

چکیده

در این مقاله، به توضیح رابطه مخاطبان با روش های مختلف اطلاع رسانی پرداخته شده است و نویسنده در قالب چندین مثال، ما را با روش های اجباری اطلاع رسانی آشنا می سازد، روش هایی که در سالیان دراز، افراد گوناگون برای تحمیل خواسته هایشان به ما استفاده کرده اند. همچنین به راهکاری برای در امان ماندن از تأثیر این گونه اطلاع رسانیاشاره شده است.

در تمامی جنگ های اطلاعاتی، جامعه بشری، مغلوب بوده است. درحال حاضر، «ارتباط» به «اطلاع رسانی» تبدیل شده است و دیگر زنده نیست. به عنوان موجودات زنده، وقتی قبول می کنیم که در نبرد اطلاعات شرکت کنیم، تنها قابلیت دفاعی خود را از دست می دهیم.در حقیقت، با قبول نبرد به عنوان اطلاع رسانی، رقابت را واگذار کرده ایم.

تلویزیون، رادیو، مجله ها و حتی این مقاله، به عنوان گونه ای از ارتباط به شمار نمی آیند و تنها مسیری یک طرفه برای توزیع ایده های متفاوت هستند. رابطه ما با موارد یادشده ممکن است گاهی مهم و حیاتی باشد،ولی چنانچه تأثیری متقابل بر کارگردان، نویسنده، تهیه کننده یا روزنامه نگار نداشته باشد، این رابطه، یک «ارتباط» تلقی نمی شود و ما تنها دریافت کنندگان یک

۱- Douglas Rushkoff، اندیشمند و مستندساز امریکایی.

برنامه ریزی هستیم.حتی رسانه هایی همچون بازی های رایانه ای و وب سایت ها که به «رسانه های ارتباطی»معروف هستند، تنها به کاربر امکان تجربه انتخاب هایی را می دهند که واقعی نیستند. چنانچه بازیگر بازی رایانه ای سلسله حرکاتی انجام دهد که هرگز اتفاق نیفتاده است یا مخاطب وب سایت در مسیر داستانی تعاملی حرکت کند که هیچ کس به آن سمت نرفته است ــ با در نظر داشتن غیبت خالق این دو رسانه ــ این رابطه، نوعی از ارتباط نیست و تنها تجربه ای شخصی و خاص از دست یابی به اطلاعات بی حاصل است.

تلویزیون، رسانه ای ارتباطی نیست و تنها یک برنامه ریز است؛چون در آن، برای بیننده بی اراده و ناگزیر، هیچ فضایی به منظور ارتباط برقرار کردن با برنامه ریز وجود ندارد. راستی، تا به حال به این موضوع فکر کرده اید که چرا کارها در تلویزیون، «برنامه ریزی» نامیده می شود؟

به همین دلیل، کنترل تلویزیون، روش های قدیمی و اجباری تبلیغات را دچار مشکل کرده است. هر چند کنترل به ما امکان واکنش و اظهار نظر را نمی دهد، ولی دست کم، ما را قادر به فرار می سازد. یک بیننده عادی که بخش زیادی از داستان های اجباری تنش زا را دیده است، بایستی به سمت تلویزیون برود تا بتواند کانال را عوض کند. مغز این بیننده، محاسبات کالری مورد نیاز این کار را انجام می دهد و در نتیجه، تصمیم می گیرد سر جای خود بنشیند و تمامی آن تنش ها و نگرانی ها را تحمل کند.

پذیرش اینترنت

برای برنامه ریزان فرهنگی، اینترنت، نسبت به کنترل تلویزیون،خطر بزرگی بود. این وسیله،اولین رسانه گروهی بود که دیگر برای منتشرکننده تبعیض قائل نمی شد.در ابتدا، یک رسانه ارتباطی واقعی بود که در آن، میان ارسال و

دریافت اطلاعات، تعادل برقرار بود. تکنولوژی اینترنت در ابتدا فقط به متن اختصاص داشت که افراد در آن، به فرستادن ایمیل، چت و شرکت در بحث های گروهی می پرداختند. آن تعداد از ما که خوش شانس بودیم، چنین ارتباطی را تجربه کنیم، احساس آزادی را به درستی درک کرده ایم.

اینترنت ابتدایی،اندیشه های رؤیاپردازانه را تحریک می کرد؛ زیرا برای اولین بار بود که افراد شانس انتشار جهانی ایده هایشان را داشتند. همکاری شبکه ای از طریق سیم ها و رایانه ها در اجتماع اینترنت، یک تجربه فرهنگی واقعی و زنده بود؛ زیرا بیشتر،«ارتباط» بود تا «اطلاع رسانی».برای برخی افراد، اینگونه بود که گویا جامعه بشری، اعضایش را به وسیله اینترنت به یک مغز جهانی پیوند داده است.

افراد از اینترنت به عنوان تحقق فرضیه «گایا» صحبت می کردند. فرضیه ای که در آن، تمام موجودات زنده، بخش های مختلف یک ارگان بزرگ شمرده می شدند. بسیاری بر این باور بودند که این بنای ارتباطی نوپا، افراد را به اندازه ای در ارتباط و مشارکت های جهانیتوان مند می سازد که پیش از این، حتی تصورش ناممکن بود.با وجود اینکه این رؤیاها کمی غیرواقعی تر از حقیقت جامعه اینترنتی بودند، ولی به تجربه های بنیادی موردنیاز در پیوند میان رایانه ها اشاره داشتند. بنیان این ارتباط دوسویه، پناهگاهی بود برای برنامه های همگانی که به منظور درک متقابل انجام می شدند. اینترنت، اطلاع رسانی نبود، بلکه ارتباطی بود که با افراد برقرار می شد.

دست یابی به تصویرهای مبتذل، علت زیبا و خواستنی بودن اینترنت نبود، بلکه این موضوع که افراد و ایده هایشان می توانند یک پارچه شوند و تغییر و تحول یابند، این ویژگی را به اینترنت داده بود. دانشمندی که تحقیق خود را

در اختیار همگان می گذاشت، با پرسش و مخالفت روبه رو می شد و اگر فیلسوفی، ایده ای را بیان می ساخت، به دفاع از آن وادار می شـد. دیگر هیـچ چیز امن نبود و مقـدس به حسـاب نمی آمـد به جز این مطلب که افراد از شـانس یکسان برای القای تفکرشان برخوردارند. با افزایش هجوم مردم از سـمت تلویزیون به اینترنت، این پرسـش برای کارشناسان امر «تأثیر» مطرح شد که چگونه می توانند این وسیله را به رسانه گروهی قابل کنترل تبدیل سازند.

ترفنـد جـالب آنهـا، جای گزینی «اطلاع رسانی» با «ارتباط» بود. عملکرد های آینـده گرایانی همچون آلوینتافلر تحریف شـد تا اعلام دارند ما در رأس عصر اطلاعات هستیم. ما توسعه در ماشین «تبلیغات» را با انقلابی در «ارتباطات» اشتباه گرفته بودیم. نه! اینترنت، رسانه ای برای تبادلات میان فردی نیست، بلکه رسانه ای است که اسـتفاده از اطلاعات آن، بسـیار فریبنـده تر از روش های دیگر است. تصویرهای نوین مجله ها و متون آکنـده از واژه های مـد روز، تازه واردان به اینترنت را متقاعـد می سازد که اینترنت، سرزمینی است پیچیده و باشکوه که در آن، بدون راهنمایی، بی شک، گم خواهید شد.

حال که اینترنت به مکانی خطرناک تبدیل شده است، بهتر است با توصـیه های کارشـناسان به آن سفر کنید. به جز مکان های ویژه چت و بحث های گروهی، بیشتر قسمت های شبکه، خواندنی هایی مبهم است که ما از طریق آن نمی توانیم عملکردهای دیگران را مشاهـده کنیم. وقتی به وب سـایتی مراجعه می کنیم، بـا کسـی معاشـرت نمی کنیم و فقـط مشـغول خوانـدن مطالب هستیم. این کار، امری «ارتباطی» نیست و در آن مشارکتی انجام نمی شود.

رونـد رو به رشـد تکنولوژی اینترنت به مـا قول افزایش در قابلیت های ارتباطی اینترنت را می دهـد، ولی توسـعه هایی همچون افزایش سرعت در

تبـادل اطلاعـات، تنهـا برای شبیه سـازی اینترنت به تلویزیون است و کـار خاصـی را برای ارتباط انجام نـداده اند.اهـداف اخیر صنعت ارتباط، تنها برای پدیـدآوردن تصویرهایی با کیفیت تلویزیون در رایانه های ماست. تنها فضایی که برای ارتباط متقابل بـاقی مانـده بود، اکنون به مـا فقط این امکان را می دهـد که فیلم درخواستی مان را تماشا کنیم یا روی تکه کالایی که ممکن است آن را بخریم، کلیک کنیم.

تا زمانی که روابط متقابل و ارتباطات، عوامل اصلی تغییر و تحول هستند، دشمنان توسعه در فرهنگ هابر این نقاط متمرکز می شوند تا از حرکت آنها جلوگیری کنند،ولی زمانی که قسمت عمده جامعه جهانی برای اجرای رفراندومی در مورد بشریتتلاش می کنـد، ما نبایـد اجازه دهیم که مخالفان این حرکت، زحمت هایمان را نابود کنند.از همه مهم تر، نباید گمراه شویم که تنها داشتن حق انتخاب اطلاعات با موش واره رایانه به جای کنترل تلویزیون، به معنای پیروزی در رقابت بر سر سلاح اطلاع رسانی است. (۱)

ص: ۱۷

۱- . www.scribd.com، سیاحت غرب، شماره ۵۸.

چه آینده ای پیش روی ژورنالیسم است؟

جیم نوره کاس(۱)

چکیده

رسانه های بزرگ امریکایی چنان منافع درهم تنیـده و پیچیـده ای با شـرکت های بزرگ دارنـد که به هیـچ روی نمی توان بی طرفی و اسـتقلال آنهـا را در بازتـاب دادن اخبـار و گزارش ها باور کرد.سـیطره این رسانه ها بر فضای جامعه، برای رسانه های مسـتقل و کم بنیه ای که تلاش دارنـد صدای متفاوتی را به گوش مردم برسانند، جای چندانی باقی نمی گذارد. بیشتر شـرکت هـا از طریق آگهی هـای تجاری، سـیطره خود را بر رسانه ها تـداوم می دهنـد و همین امر سـبب می شود آنها در پخش اخبار، منافع این شرکت ها را در نظر بگیرند. همین فرآیند سبب دور شدن ژورنالیسم از اهداف راستین خود می شود. آیا برای مقابله با این وضعیت و رها ساختن ژورنالیسم از قید سلطه شرکت ها و گروه های ذی نفع، راهی وجود دارد؟

درباره ژورنالیسم، نه بر اساس سودی که نصیب سهام داران خود می کند ،

بلکه باید بر پایه خدماتی که به دموکراسی می کند، قضاوت کرد . بر اساس

این معیار، حرفه روزنامه نگاری در انجام وظیفه خود شکست خورده است .

رسانه ها که ما را به درون میدان جنگی مهاجمانه با شواهدی مبتنی بر دروغ

رانده اند؛ متوجه به وجود آمدن انباشت نقدینگی نشده اند که قصور در

پیش بینی آن، اقتصاد ما را نابود کرده است و در به صدا درآوردن زنگ های

خطر درباره فرسایش آزادی های مدنی کلیدی، کوتاهی ورزیده اند.

ص: ۱۸

۱- Jim Naureckasنویسنده و سردبیر نشریه

آنها قصور های دیگری نیز داشته اند: رسانه های شرکتی در پوشش جنگ کوزوو، جنگ خلیج فارس، حمله به پاناما و ویتنام، به همین اندازه، عملکرد ضعیف داشته اند. برای سال ها، رسانه های شرکتی در برابر هر اصلاحاتی در سیستم مراقبت های درمانی که منافع شرکت های بیمه را تأمین نمی کرد، ایستاده اند و برای آن دسته از سیاست های تجاری که به انباشت یک کسری تجاری شش تریلیون دلاری از سال ۱۹۹۳ به این سو انجامیده است ، هور ا کشیده اند.

رسانه های شرکتی در زمینه نمایندگی کردن از تنوع های موجود در امریکا نیز عملکرد غم انگیزی داشته اند. در نگاهی به اخبار شبکه های شبانه در طول یک سال، دریافتیم که منابع خبری آنها ۸۵ درصد ، مذکر و ۹۲ درصد ، سفیدپوست و در میان منابع دو حزبی، ۷۵ درصد، جمهوری خواه بوده اند . حدود ۲ درصد از امریکاییان در فقر زندگی می کنند ، ولی کمتر از دو دهم درصد از منابع شبکه های خبری شبانه، افراد فقیر هستند.

مطمئناً همواره ژورنالیست هایی بوده اند که چه در درون و چه در

مطمئناً همواره ژورنالیست هایی بوده اند که چه در درون و چه در بیرون ساختارهای تشکیلات رسانه های خبری، کارهای ارزشمندی انجام داده اند ، ولی تصویر کلی سیستم رسانه های امریکا این است که این رسانه ها در مورد مهم ترین مسائل مسائل مربوط به جنگ و صلح، آزادی، عدالت اجتماعی ، بهداشت و درمان عمومی ، رفاه همگانی و سرنوشت سیاره زمین بارها و بارها، ما را ناکام گذاشته اند. البته این امر تعجبی ندارد؛ چون بیشتر آنها را

شرکت های بزرگی اداره می کنند که منفعت اساسی آنها در پخش اخبار این است که چگونه حداکثر پول ممکن را به دست آورند. این رسانه های شرکتی به کسب آگهی های تجاری از دیگر شرکت های بزرگ متکی هستند. به این

ص: ۱۹

ترتیب، انگیزه مالی اساسی صنعت خبر این خواهد بود که آگهی دهندگان را راضی و خوشحال نگه دارند.

گذشته از ناپسند بودن انعکاس بخش های بزرگی از تبلیغات به عنوا ن بخشی منظم از برنامه روزانه رسانه ها، این نکته باید آشکار شود که منافع شرکت های غول پیکر سود مدار، با منافع جامعه، در کلیت خود، یکی نیست . اگر هم تشکیلاتی قادر به کنار گذاشتن منافع خود هنگام گزارش اخبار باشد، این امر در مؤسسه هایی رخ نمی دهد که قانون آنها را ملزم کرده است کسب بالاترین سطح سود را در هر کاری که انجام می دهند، در نظر داشته باشند . در نتیجه، کیفیت اخباری که در اختیار ما قرار می گیرد، همان چیزی است که انتظار داریم از این نوع ساختار رسانه ای به دست آوریم.

بنابراین، اگر معلوم شود که این شرکت ها دریافته اند دیگر گزارش های خبری، راه چندان مناسبی برای پول درآوردن نیستند و اگر آگهی دهندگان به این نتیجه برسند که شاید آنها دیگر منبع اصلی تأمین بودجه ژورنالیسم گذاشت . این وضعیت « بحران » کشور نیستند، مشکل است نام آن را بتوان مثل این است که به انسان بگویند روباه ها تصمیم گرفته اند حرفه نگهبانی از مرغدانی ها را رها کنند. اگر رسانه های شرکتی به راستی، از کسب و کار اداره اطلاعات و اخبار خارج شوند که چندان امیدی به این امر نداشته باشید معنایش این است که ما باید به دنبال راه های دیگری برای انجام این کار باشیم. آیا شبکه های خبری شرکتی می توانند خود را مؤسسه هایی غیرانتفاعی تصور کنند؟ آیا بنیادهای بشردوستانه، بودجه های خود را از گزارش های

اقدام ملی برای » تحقیقی بیرون خواهد کشید؟ آیا دولت های فدرال یک

را ایجاد خواهند کرد؟ آیا شهروندان بدون دریافت دستمزد ،

ص: ۲۰

« ژورنالیسم

همان نقش گردآوری اخبار را که قبلاً حرفه ای ها بر عهده داشتند ، بر عهده خواهند گرفت؟

هر مدل جای گزینی برای ژورنالیسم پایدار، دشواری های خود را دارد.

زمانی که به این یا آن مدل که برای ژورنالیسم ، مطلوب هستند ، توجه می کنید، باید از خودتان بپرسید: در مقایسه با چه؟ اگر این مقایسه را با رسانه های شرکتی سودمداری که بودجه خود را از طریق آگهی های تجاری تأمین می کنند، انجام می دهید، چندان به بهبود شرایط، امیدوار نباشید (۱)

۱- www.alternet.org، سیاحت غرب، شماره ۷۷.

قدرت و مالکیّت رسانه ها

اشاره

کوین آلفرد استرم (۱)

چکیده

این مقاله ابتدا به نقش رسانه ها در شکل دادن تفکر و شخصیت افراد و سپس به بررسی گرایش و جهت گیری مطالبی پرداخته است که رسانه ها منتشر می کنند.همچنین با بررسی تاریخ و ساختار شرکت های بزرگ رسانه ای، شیوه اداره آنها را به وسیله یهودیان توضیح می دهد و به انحصارياشاره می کندکه یهودیان در صنعت رسانه به دست آورده اند. در پایان، مسائلی چون جنگ هایامریکا در عراق و خلیج فارس را با تحریک و به نفع یهود دانسته و بر لزوم مقابله با انحصار رسانه ای یهودی تأکید کرده است.

امروز در جهان، هیچ قدرتی، بزرگ تر از قدرتینیست که در امریکا، در دست فریب دهندگان افکار عمومیقرار دارد. این قدرت با قدرت پاپ یا شاهان در گذشته و نیز ژنرال های پیروز یا کشیش های بلندمرتبه ای که توانسته اند یک قدرت را از پیش پای خود بردارند، برابری نمی کند.این قدرت در خانه هر امریکایی نفوذ دارد و تقریبا در تمام ساعت های بیداری کار می کند. این قدرت،ساختار ذهنی هر شهروندی، پیر یا جوان، فقیر یا ثروتمند، ساده یا باتجربه را شکل می دهد و می سازد.

رسانه های گروهی ابتدا تصوری از جهان را برای ما شکل می دهند. سپس به ما می گویند که درباره این تصور چگونه فکر کنیم. اساسا هرچه ما درباره

ص: ۲۲

۱- Kevin Alfred Strom، محقق، نویسنده و فعال امریکایی در زمینه مسایل سیاسی و اجتماعی.

وقـایع بیرون یـا همسـایگی خودمـان یا چرخه اطلاعات می دانیم یا فکر می کنیم که می دانیم، از طریق روزنامه ها، مجله های خبری هفتگی، رادیو یـا تلویزیون به مـا داده شـده است.این امر فقـط یک پنهان کاری بزرگ درباره ماجراهای مهم خبری، به وسیله روزنامه های ما یا یک تحریف شرم آور تاریخ تلویزیونی نیست. آنها در مدیریت اخبار و برنامه هایی که به ما نشان می دهند، هم ظرافت و هم مهارت را اعمال می کنند.

برای مثال، در یک گزارش خبری، اینکه بر کـدام بخش ها تأکیـد می شود و کـدام بخش ها کم اهمیت جلوه داده می شوند؛ روش گزارش خبر، انتخـاب کلمـات، تن صـدا و حالت صورت گزارشـگر؛ بیان خلاصه اخبار؛ انتخاب تصاویر؛ همگی به طور پنهانی،ولی به صورت عمیق، بر شیوه تفسیر ما از چیزی که می بینیم یا می شنویم، اثر می گذارند.

گذشـته از این، نویسـندگان روزنامه و سـردبیرها، هر شک باقی مانـده در ذهن های ما را از بین می برنـد. آنها با به کار بسـتن دقیق تکنیـک هـای پیشـرفته روان شـناختی، فکر و عقیـده مـا را رهبری می کننـد، تـا جـایی که مـا را با ارزش های فرهنگی و اقتصادی خودشان هماهنگ می کنند.

شکل دادن ذهن امریکاییان

امریکـایی هـایی که اوقـات زیـادی را تحت تـأثیر القاهـای رسانه ها هسـتند، به سـختیمی تواننـد میان موقعیت های غیرواقعی و واقعی،فرق بگذارنـد. البته واکنش آنهـا به رفتـار، گفتـار و نگرش های هنرپیشه های تلویزیون، به همان انـدازه است که به هم سالان خود در زنـدگی واقعی واکنش نشان می دهنـد. برای تمام امریکایی ها، جهان واقعی با واقعیت های غلطی که تلویزیون نمایش می دهد، جای گزین شده است و به نیاز فوری آنان برای سازگار شدن

بـا این واقعیت غلـط بایـد پاسـخ داده شود. بنابراین، هنگامی که یک نویسـنده تلویزیونی برخی عقیـده ها و رفتارها را از طریق شخصـیت های تلویزیونی، تأییـد و بقیه را رد می کنـد، برای پیروی از نگرش های خود به میلیون ها بیننـده فشار شدیدی وارد می آورد.

این امر به جز برنامه های تلویزیونی، در مورد اخبار نیز صـدق می کند. فریب کاری این نوع کنترل افکار عمومی در این اسـت که حتی هنگامی که ما می پـذیریم برنامه ها یا اخبار، جانبدارانه است، باز هم صاحبان رسانه می توانند بسـیاری از ما را کنترل کننـد. برای مثـال، رفتـار رسـانه هـا را در مورد خاورمیـانه در نظر بگیریـد. برخی سـردبیران یا مفسـران، در تمام اظهاراتشان به صورت کورکورانه ای، طرفـدار اسـراییل هسـتند، در حـالی که دیگران تقریبـا بی طرف به نظر می رسـند. بـا این وصف، هیچ کس جرئت نمی کنـد بگوید دولت ایالات متحده در منازعه اعراب و یهود، از طرف ناحق حمایت می کند یا اینکه حادثه ۱۱ سپتـامبر نتیجه این پشتیبـانی بود. هیـچ کس جرئت نمی کنـد بگویـد فرسـتادن نیروهایامریکـایی به عراق به جـای تـأمین منـافع امریکا، منافع یهود را تأمین می کند.

بسـیاری از امریکایی ها نمی توانند بفهمند بازیچه شده اند. حتی شهروندی که در مورد اخبار کنترل شده توضیح می دهد، در این دام می افتد؛ زیرا او با یک گستره ظاهری از عقاید روبه رو شده است و فکر می کند می تواند با اعتقاد به سـردبیر یا مفسر مـورد انتخـاب خـودش، از دسـت کنـترل کننـدگان انـدیشه فرار کنـد. ایـن یـک مـوقعیت «به هرحـال، من برنـده ام» است. هر موضوعی که در گستره مجاز عقاید عمومی قرار گیرد، برای صاحبان رسانه، مقبول است و هیچ واقعیت یا نقطه نظر غیرمجازی اجازه فاش شدن ندارد و اگر آنها بتوانند، از آن جلوگیری می کنند.

کنترل عقیده ها تقریبا به صورت یک دست صورت می گیرد. تمام رسانه های کنترل شده (تلویزیون، رادیو، روزنامه ها، مجله ها، کتاب ها و فیلم های سینمایی) با یک عقیده ثابت سخن می گویند و هر کدام، دیگری را تقویت می کنند. با وجود حضور مجموعه ای متنوع، اختلاف عقیده واقعی وجود ندارد و برای توده عظیمی از مردم که ممکن است به آنها اجازه داده شود عقایدی متفاوت با صاحبان رسانه برگزینند، منبع واقعیت ها و عقاید جای گزینی وجود ندارد. به آنها نگرش واحدی از جهان القا شده است: واقعی جلوه دادن افسانه «هولوکاست» یهود؛ مساوی جلوه دادن تمام جهت گیری های جنسی و برابر نشان دادن هم جنس بازی و زناشویی طبیعی و جاذبه جهانی «کثرت گرایی».این نگرش به جهان را صاحبان رسانه طراحیکرده اند تا با اهداف خودشان سازگار باشد. مردم نیز عقاید خود را با این جهت گیری ها سازگار می کنند، موافق با آن رأی می دهند و متناسب با این تفکر، شکل می بخشند.

صاحبان قادر و مطلق رسانه چه کسانی هستند؟ آن گونه که ما می فهمیم، تا اندازه زیادی، یهودیان، صاحبان مطلق رسانه هایند. این امر به سادگی یک کنترل ساده سرمایه داران سودطلب (که اتفاقا برخی از آنها، یهودی هستند)، بر رسانه ها نیست. اگر موضوع این بود، قومیت صاحبان رسانه باید حداقل به نسبت غیریهودیان ثروتمند و یهودیان ثروتمند منعکس می شد. با وجود استثناهای برجسته، کثرت یهودیان در رسانه ها آن قدر زیاد است که ما مجبوریم بپذیریم این امر ناشی از چیزی بیشتر از یک تصادف است.

وظیفه ما

هر کس می تواند با نگاهی به رادیو، تلویزیون، روزنامه ها، مجله ها و کتاب ها، درستی این واقعیت های انکارناپذیر را در مورد کنترل رسانه ای در امریکا

تأییـد کنـد. بـا این حـال، مـا نبایـد در مقابـل این مسـئله مهم، ساکت بمانیم. کنترل یهود بر رسانه های گروهی، تنها در امریکا نیست، بلکه در تمام جهان وجود دارد. کنترل رسانه ای یهود، سیاست خارجی ایالات متحده امریکارا تعیین می کند و به جای منافع امریکا به منافع یهود می اندیشـد. اگر این کنترل رسانه ای نبود، جنگ خلیـج فارس، جنگ عراق ومانند آن رخ نمی داد و جان بسـیاری از مردم جهان حفظ می شد. با وجود رسانه های کنترل شده یهود، هم جنس بازی، راه مناسبی برای زندگی به شمار می رود.

ما باید جلوی گسترش این افکار مسـموم را بگیریم و قدرت آنهایی را بشـکنیم که در حال گسترش دادن این افکار هسـتند. ما بایـد ابتدا واقعیت کنترل رسانه ای یهود را بفهمیم و درک کنیم. سـپس برای از بین بردن این کنترل، هر کاریرا که لازم است، انجام دهیم و از هیچ چیزی برای مبارزه با آن دریغ نکنیم؛ چون اگر ما آن را از بین نبریم، ما را از بین خواهد برد. (۱)

ص: ۲۶

۱- Propagand Matrix، سیاحت غرب، شماره ۳۷.

...

راهبرد امریکایی: کنترل جهان از طریق کنترل اینترنت

چن بائوگوئو (۱)

چکیده

با توجه به انحصار کم و بیش مطلق شرکت های سخت افزاری و نرم افزاریامریکایی بر صنعت رایانه سازی در سطح کلان و نیز اینترنت به عنوان یکی از مظاهر آن، به نظر می رسد در شرایط فعلی، این صنعت در کلیت خود و اینترنت به طور خاص در سیطره سیاسیامریکا قرار دارد.

با توجه به طبیعت آزاد و کنترل ناپذیر اینترنت و تجربه مکرر استفاده از فضای اینترنتی برای ضربه زدن به منافع سیاسیامریکا، این کشور به شکل فزاینده ای در حال حرکت به سمت مهار این ویژگی های اینترنت و کنترل آن به بهانه دفاع از منافع ملی خود است. ارائه چندین طرح و لایحه برای واگذار کردن قدرت اعمال این کنترل به رئیس جمهوریامریکا، در راستای همین تغییر دیدگاه صورت می گیرد. اتفاقی که با توجه به سلطه کم و بیش کامل صنایع امریکایی بر فضای اینترنت، حتمی و غیر قابل پیش¬گیریبه نظر می رسد. در نتیجه، پیش بینی می شود دیگر کشورهای جهان برای خارج کردن خود از زیر این کنترل های فزاینده، به طرف گزینه ها و راه حل های جای گزین دیگر حرکت کنند.

کنترل جهان از طریق کنترل اینترنت، به یکی از راهبردهایاصلی ایالات متحده امریکاتبدیل شده است. از «حفاظت از زیرساخت شبکه» در دوران

ص: ۲۷

۱- Chen Baoguo، روزنامه نگار مستقل.

کلینتون تـا «سـیاست هـای ضـد تروریسم شـبکه»در دوران بوش گرفتهتـا «بازدارنـدگی شـبکه» در دوران اوبامـا، راهبرد امنیت اطلاعـات ملی ایالات متحـده امریکااز قالب یک راهبرد جلوگیری کننـده، به یک راهبرد بازدارنـده تحول یافته است.در همین حـال، روش هـای اعمـال این راهبرد، از تلاـش برای کنترل سـخت افزارهـای اینترنت به سـمت کنترل محتوای اینترنت حرکت کرده است.

هدف نهاییامریکا، کسب توانایی گشودن و بستن بخش هایی از اینترنت به خواست خود است. در سال ۱۹۹۳، دولت کلینتون پیشـنهاد کرد «زیرسـاخت هـای اطلاعـات ملی» ایجاد شود و شـش گروه از دشـمنان احتمالی را فهرست کرد که ممکن بود به زیرسـاخت هـای کلیـدیامریکا حمله کننـد.رقیبان اقتصـادی،دشـمنان دولت هـای متخـاصم و نیز همه نوع افراد مجرم، هکرهـا، تروریست ها و نفوذی های داخلی، از جمله این راهبرد دفاعی بودند.

بعد از حمله های یازدهم سپتامبر، دولت بوش به طور رسمی، امنیت اینترنتی را به عالی ترین دغدغه راهبردی امنیت ملی ارتقا داد. ضـد تروریسم، درون¬مـایه غـالب امنیت اینترنـتی در دوران بـوش بـود. در سـال ۲۰۰۴، ایالاـت متحـده دامنه «Ly» را با استفاده از سـرور اصـلی حذف کرد که نتیجه آن، ناپدید شدن لیبی در اینترنت به مدت سه سال بود. این امر در سراسـر جهان انتقادهای گسترده ای را متوجه سلطه امریکا بر اینترنت کرد و به نگرانی های مربوط به امنیت اینترنتیدامن زد.

در سال ۲۰۰۹،بر اساس ارزیابی امنیت شـبکه که اوباما اعلام کرد، تهدید نسـبت به اینترنت، به یکی از جدید ترین تهدیدهای اقتصادی و نظامی تبدیل شده بود که امریکا با آنها رویاروی بود. در نتیجه، اوباما دو تصمیم

مهم گرفت: اولین تصمیم،کاهش تولید سلاح های متعارف از جمله جنگنده های اف ۲۲ بود، در حالی که تصمیم دوم، ایجاد فرماندهی های شبکه و افزایش قابل توجه سرمایه گذاریدر زمینه سلاح های تهاجمی شبکه بود. تاکنون راهبرد امنیت شبکه دولت اوباما «بر حمله و ارزیابی همراه با بازدارندگی متمرکز بوده است».

در حال حاضر، پنج حوزه اصلی ساختار اینترنت در انحصار غول های فن آوری اطلاعاتیامریکا قرار دارد، از جمله: رایانه های دارای عملکرد عظیم، سیستم های عامل، فن آوری های پایگاه های اطلاعاتی، فن آوری های سوئیچ شبکه و کتاب خانه های حاوی منابع اطلاعات.

در سراسر جهان، حدود ۳/۹۲ درصد رایانه های شخصی و ۴/۸۰ درصد رایانه های عظیم از تراشه های اینتل استفاده می کنند، در حالی که ۸/۹۱ درصد رایانه های شخصی از سیستم های عامل مایکروسافت استفاده می کنند و ۹۸ درصد فن آوری های سرور مرکزی، در دست«آی بی ام» و «هولت ــ پکارد» قرار دارد.۷/۸۹ درصد از نرم افزارهای پایگاه اطلاعاتی در کنترل «اوراکل» و «مایکروسافت» و ۵/۹۳ درصد از فن آوری سوئیچ شبکه در انحصار شرکت هایامریکایی قرار دارد.

ایالات متحده بعد از کنترل زیرساخت ها، سخت افزارها و سیستم های نرم افزاری اینترنت، در حال روی آوردن به محتوای اینترنت است. [برای نمونه،]در می سال ۲۰۰۹، مایکروسافت در وب سایت خود اعلام کرد که این شرکت در راستای اجرای قانونی در این باره و هماهنگی با مقررات وضع شده در این حوزه، سرویس «ویندوز لایو مسنجر» را برای کشورهای کوبا، سوریه، ایران، سودان و کره شمالی مسدود خواهد

کرد. همچنین «گوگل»، شرکتی که مالک بزرگ ترین منابع اطلاعاتی اینترنتی است، در ژانویه ۲۰۱۰، اعلام کرد که به منظور ایجاد یک محیط اینترنتی بازتر، باید از بازار چین خارج شود.

نکته نگران کننده تر این است که سناتور جوزف لیبرمن،رئیس کمیته امنیت داخلیامریکا اخیراً لایحه ای را به کنگره امریکا ارائه کرده است که «حفاظت از فضای سایبری به مشابه یک دارایی ملی» است.بر اساس این پیشنهاد، در صورت رخ دادن شرایط اضطراری در ایالات متحده، رئیس جمهوری می تواند دستور دهد شرکت های گوگل، یاهو و دیگر موتورهای جست وجو، خدمات اینترنتی خود را به حالت تعلیق درآورند. در صورت وقوع «شرایط اضطراری اینترنتی»، دیگر ارائه دهندگان خدمات اینترنتی مستقر در امریکا نیز می توانند در کنترل رئیس جمهوری قرار گیرند.

هیچ قانون بین المللی برای قانون¬گذاری درباره حاکمیت بر اینترنت وجود ندارد، ولی اینترنت برای سود رساندن به تمامی بشریت در سراسر جهان ایجاد شده است. اگر ایالات متحده که اینترنت را ابداع کرده است و بر آن کنترل دارد، به نام منافع ملی، اینترنت را به حالت تعلیق درآورد یا قطع کند، بی تردید، این کار به معنای نادیده گرفتن و زیرپا گذاشتن منافع و مصالح شهروندان جهان است. (۱)

ص: ۳۰

۱- . www.globareserch.ca/index.php?context=vaaid=۲۰۷۵۸، سیاحت غرب، شماره ۸۷.

چه کسانی شما را زیر نظر دارند؟

اشاره

داگلاس مکینتایر (۱)

چکیده

با توجه به گسترش فن آوری های اطلاعاتی و ارتباطی، مقوله جدیـدی که چندی است رخ نموده و اذهان بسـیاری از منتقدان سیاست های کلان امریکایی را به خود مشغول داشته است، پدیده حکومت پلیسی و کنترل های بیش از حدّی است که تمامی مرزهـای حریم خصوصـی شـهروندان را در می نوردد و به موذیـانه ترین اشـکال، تـا پنهـانی ترین زاویه هـای زنـدگی آنها نیز سرک می کشـد. از این اطلاعات، برایـدست یابی به مقاصـد تجاری کلان و نیز هدایت بسـیار مخفیانه رفتارها و عادات خرید مردم اسـتفاده می شود. از آنجـا که هر از چنـدی، ابعـاد جدیـد و بهت انگیز بیشتری از این پدیـده فـاش می شود، موج انتشـار مقالاـتی از این دست نیز در میـان رسـانه هـای منتقـد امریکـایی شـدت می گیرد که می کوشـند اذهـان امریکاییان زودباور را درباره این واقعیت ها روشن کنند و آنها را نسبت به آیندهنامعلومی که با تداوم روند فعلی در انتظارشان قرار دارد، بیشتر آشنا سازند.

خودتـان را گول نزنیـد. دیگر از «حریم خصوصـی» به معنای واقعیکلمه در این کشور، خبری نیست. برخی سازمان های دولتی کشور ما

ص: ۳۱

۱- Douglas Mcintyre، سردبیر و ناشر «مجله فایننشال ورلد» است. او رئیس Switchboard.com نیز هست؛ سایتی که تـا این مقطع، دهمین وب سـایت پربیننـده جهـان به حساب می آیـد. او رئیس On۲ Technologies نیز بـوده که برای نزدیک به هشـتصد میلیون بازیگر فلش روی رایانه های شخصـی جهان، ویـدئو پخش کرده است. مکینتایر بارها در «سـی. ان. بی. سی»، «فاکس بیزینس»، «سی. ان. ان» و«بی. بی. سی. نیوز» ظاهر شده است.

مـدت هاست به بازیابی و کنترل اطلاعاتی اشـتغال دارند که تصویرهای بسـیار آشـکاری را از آنچه در طول عمرمان انجام می دهیم، ترسیم می کنند. «خدمات درآمدهای اینترنتی» از همه اطلاعات مربوط به مقدار درآمد شما و تک تک معاملات عمده ای که انجام می دهیـد، باخبر است. این سازمان به ذره ذره اطلاعات لازم دسترسـی دارد تا بتوانـد از طریق آنها مشـخص کند مثلاً در پانزدهم آوریل چقدر پول باید ارسال کنید.

مهم ترین سازمـان گردآوری کننـده اطلاعـات شخصـی در این کشـور، «دایره تحقیقـات فـدرال» است. این اداره،یـک پایگـاه اطلاعـاتی در اختیار دارد که بیش از نود میلیون اثر انگشت را در خود نگه¬داری می کنـد و دیگر اداره های مجری قانون نیز می تواننـد به آن دسترسـی پیدا کنند. این سازمان یک پایگاه اطلاعاتی بزرگ «دی ان ای» دارد که مهم ترین مشـخص کننده هویت شخصـی نیز به شـمار می رود. در پی حمله هـای تروریستییـازدهم سپتامبر، توانایی این دایره برای گردآوری اطلاعات، گسترش یافته است. هم اکنون این اداره بخش گسترده ای از نامه های الکترونیکی، تماس های تلفن های همراه و فعالیت های اینترنـتی افرادی را که از نظر این اداره، مظنـون هسـتند، ردگیری می کنـد. این صـنایع در مجمـوع، این اطلاعـات را در اختیـار دارنـد که کجا هستیـد، با چه کسانی در ارتباط هستیـد، راه کسب درآمـدتان چیست، پولتان را چگونه خرج می کنید و اینکه چه سرگرمی ها و علاقه مندی هایی را دنبال می کنید.

ما شـمار زیادی از سازمان ها و مؤسـسات را برای یافتن شـرکت هایی که بیشترین دسترسـی را به اطلاعات شخصی تان دارند، بررسـی کرده ایم. در اینجـا چنـد گروه از سازمـان هایی را فهرست کرده ایم که به ترتیب، اطلاعات تعـداد بیشتری از مردم را ردگیری می کنند.

۱. اداره های نرخ گذاری اعتبار

این سه دایره اعطای اعتبارات ــ «اکوییفکس»، «اکسپرین» و «ترانس یونیون» ــ که هر یک، از بیشتر از دویست میلیون نفر پرونده دارند، نه تنها از تاریخچه اعتباری شما باخبرند، بلکه اطلاعاتی درباره پیش بینی آینده اعتباری شما نیز در اختیار دارند. این شرکت ها، تاریخچه ای از کل اعتبار مصرف شده هر شخص را گردآوری می کنند، از جمله قبوض پرداختی، وثیقه ها و کارت های اعتباری. این اداره ها، درخواست های افراد را برای دریافت اعتبارات نیز ردگیری می کنند.

۲. عرضه کنندگان خدمات تلفن های همراه

شرکت های خدمات رسانی تلفن همراه می توانند بگویند شما با چه کسی تماس می گیرید، چه وقت تماس می گیرید، با اشخاصی مشخص، به چه تعداد تماس می گیرید و چه چیزهایی را در پیام های متنی تان می نویسید. با وجود دستگاه های «جی. پی. اس»، این شرکت ها هم اکنون خبر دارند وقتی تلفنتان همراه شماست، به چه جاهایی رفت و آمد می کنید.

۳. شرکت های شبکه های اجتماعی

سایت شبکه اجتماعی «فیس بوک» که در حال تبدیل شدن به یک ابرقدرت اینترنتی است، مقدار عظیمی از اطلاعات کاربرانش را گردآوری و ذخیره سازی کرده است. اینکه دوستانتان چه کسانی هستند، از چه چیزهایی خوشتان می آید و چه عکس هایی دارید، همگی از جمله اطلاعاتی هستند که این شرکت به آنها دسترسی دارد. شاید شگفت انگیزترین نکته این باشد که فیس بوک می تواند از طریق سرورهای خود به بیشتر اطلاعاتی که احتمال دارد آنها را حذف کرده باشید، مانند عکس ها و روزآمدهای وضعیت شما، دسترسی پیدا کند.

ص: ۳۳

۴. شرکت های کارت های اعتباری

شرکت هـای کـارت هـای اعتبـاری از امتیـاز اعتبـار مشتریانشان، پیشـینه اعتباری آنها، آنچه می خرنـد، زمان خریـد و شایـد از دیرکرد پرداخت اقساطشـان باخبرنـد. نرخ هـای بهره به کـارگرفته شـده برای نوسـان های اعتبار، بر اساس تجزیه و تحلیل های آنها از توانایی افراد برای بازپرداخت دیونیتعیین می شود که دریافت می کنند

۵. موتورهای جست وجو

هر جست وجویی که شـما در موتور جست وجوی «گوگـل» انجـام می دهیـد، به پایگـاه اطلاعاتی این غول اینترنتی منتقل می شود و آنها از این اطلاعات برای ایجاد یک پرونده از عادت ها و علاقه مندی های شما استفاده می کنند. به علاوه، این موتور جست وجو به صورت مداوم، پیوندهایی را که در طول وبگردی هایتان روی آنها کلیک می کنید و آگهی هایی را که تماشـا می کنیـد، ردگیریمی کنـد. گوگـل از این پرونـده، علاقه منـدی هـا و تاریخچه جست وجوهای شـما، برای هـدف قرار دادن مرورگر شـما با آگهی های هـدف گیری شـده اسـتفاده می کنـد. شاید آزاردهنده ترین نکته این باشد که گوگل از سـرویس جی میـل خود نیز برای نظارت بر محتوای ایمیل های شـما برای قراردادن آگهی های هـدف گیری شـده در حساب ایمیل تان اسـتفاده می کنـد. گوگـل همچنین سـابقه ای از اطلاعات حساب ها و کارت های اعتباری هر شخصـیرا که از خـدمات «چک اوت» آن اسـتفاده می کند، نگه داری و ردگیری می کند که افراد چه ویدئوهایی را در یوتیوپ تماشا می کنند، قصد دارند از چه مکان هایی دیـدار کننـد و در آنجا چه کارهایی را انجام دهند. سیسـتم های نقشه مبتنی بر مکان گوگل نیز به این شـرکت امکان می دهد تا از طریق استفاده کاربر از تلفن های هوشمند و

ص: ۳۴

دیگر وسایل مجهز به جی. پی. اس، خبردار شود آنها در زمان واقعی، در چه نقطه ای به سر می برند.

۶. زنجیره های خرده فروشی

«وال مارت»، از خدمات data-mining برای گردآوری اطلاعات خرید تمامی مشتریان خود در یک پایگاه مرکزی استفاده می کند. این کار به این شرکت اجازه می دهد تا از رفتارهای خرید افرادی که از فروشگاه ها یا وب سایت آن خرید می کنند، سردرآورد. این شرکت همچنین با تعیین اینکه احتمال خرید چه کالاهایی در آینده از سوی مردم بیشتر است، موجودی انبار خود را به طور هوشمند، تنظیم می کند. در ماه آگوست، وال مارت «وسایل شناسایی فرکانس های رادیویی» را در لباس های زیر و شلوارهای جین خود نصب کرد. این تجهیزات به وال مارت اجازه می داد تا کالاهایی را که مشتریان در فروشگاه به سراغ آنها می رفتند، ردگیری کند و به این ترتیب،مدیران این شرکت می توانستند مشخص کنند کسی که یک شلوار خاص در فلان قفسه را خریداری می کند، چقدر برای این کار وقت می گذارد. وال مارت قصد دارد از این اطلاعات برای بهبود شیوه نمایش گذاشتن کالاها و کنترل بیشتر انبارداری خود استفاده کند. همچنین این غول خرده فروشی، این اطلاعات را به هزاران کسب و کار دیگر می فروشد که از پرونده های مشتریان، برای هدف قرار دادن آنها با آگهی های بازرگانی و نیز انجام تحقیقات تبلیغاتی و جمعیتی سود می جویند.

۷. کازینوها

کازینوهایی همچون «وین ریستور» به طور روزافزونی در حال استفاده از «کارت های وفاداری» برای نظارت بر رفتار مشتریانشان هستند.

ص: ۳۵

کارت های «قرمز» وین در مکان فیش ها استفاده می شونـد و به کازینو اجازه می دهنـد تا ردگیری کنند قمارباز به طور منظم از کـدام دسـتگاه ها و میزها دیدار می کند و برای این کار ازچه مسـیری اسـتفاده می کند (با اسـتفاده از تراشه هایRFID) و حتی اینکه چنـد دست بازی می کنند و چه مقدار می بازند وبعد از بازی کردن دست می کشـند. وقتییک دسـتگاه اسلات در کازینوی وین ردگیری می کند که یک قمارباز تا نقطه تسلیم، باخته است، دستگاه پاداش ناچیزی به آن شخص می دهد تا او را تشویق کند بازهم به خرج کردن پول هایش ادامه دهد.

۸. بانک ها

بانک های بزرگ نظیر بانک امریکا، چیس و سیتی بانک به اطلاعات زیادی درباره حساب مشتریانشان دسترسی دارند، مانند: پس انـدازها، پرداخت حقوق کارکنـان و زمـان و تاریـخ مراجعه هـای آنهـا به عـابر بانـک هـا و تحویلـدارها. آنها انتقال های صورت گرفته به وسـیله صاحبـان حسـاب هـا را به طرف هـای ثالث ردگیری می کننـد. آنها از میزان درآمـد، حقوق سالانه و موازنه شـما، لحظه به لحظه، باخبر هسـتند. شاید خصوصی ترین اطلاعاتی که آنها در اختیار دارند، این باشد که افراد بر اساس چه روندی، پول به حساب هایشان، واریز و از آنها برداشت می کنند. بانک ها می دانند در هر ماه چقدر پس انداز می کنید و به طور دقیق می دانند پس اندازهای شـما در چه محلی سـرمایه گذاری می شود. بانک ها از این اطلاعات برای محاسـبه میزان ریسـک وثیقه یـا وام هـای اعطـایی به شـما اسـتفاده می کننـد و به طور قانونی اجازه دارنـد از شـرکت های گردآوری کننـده اطلاعات، برای کنترل فعالیت های وب سایت شما استفاده کنند.

ص: ۳۶

۹. شرکت های بیمه عمر

به منظور درخواست بیمه عمر، متقاضیان به طور معمول تاریخچه سلامتی خود را فاش می کنند. این اطلاعات شامل سانحه های رخ داده یا بیماری های قلبی، وزن، قد و عادت های مربوط به مصرف دخانیات نیز می شود و دربردارنده پیشینه کاملی از پزشکان شما نیز هستند. شاید آزاردهنده تر از همه این نکته باشد که بیمه گذاران عمر به دنبال فاش کردن سوابق بستری شدن شما به دلیل بیماری های روحی و روانی، استفاده از داروهای مخدر غیرقانونی و این امر هستند که آیا شما باید اعلام ورشکستگی کنید یا خیر. شرکت های بیمه از یک پایگاه اطلاعاتی تجویز داروی ملی برای تعیین این نکته استفاده می کنند که آیا شما تاکنون تجویز دارو داشته اید یا خیر. (۱)

ص: ۳۷

---

۱ http://www.dailyfinance.com/story/credit/who-is-watching-you-nine-industries-that-know-your-every-move/19629445. سیاحت غرب، شماره ۸۷.

نقش آفرینی نظامی رسانه ها

گفت و گو با آرتور کروکر (۱)

چکیده

در دنیای امروز،به دلیل نقش برجسته رسانه ها و اثر گذاری آنها بر افکار عمومی، جنگ های نظامی نیز شرایطی متفاوت از گذشته پیدا کرده اند. امروزه بسیاری از منتقدان رسانه ها، دو نوع جبهه نظامی را برای جنگ ها متصورند؛ جبهه واقعی که با تلفات همراه است و جبهه دوم، جبهه ای فراواقعی یا مجازی که رسانه ها با هدف نوعی تعدیل و جهت دادن به افکار عمومی شکل می دهند.

امروزه، در فضایی رسانه ای قرار گرفته ایم که هدف آن، بسیج و همراهی کامل جامعه برای جنگ است. برای نمونه، در جامعه امریکا، شبکه های رسانه ای، جامعه را از نظر روانی، شرطیکرده اند و هدفشان نیز افزایش احساس ترس و ناامنی در جامعه است. رسانه های جمعی که مانند ماشینی خودکار، به تکرار ادعاهای خود می پردازند، همه روزه این وضعیت را، تقویت می کنند؛ ادعاهایی که پیام آن، تهدید «تروریست ها» است.

شاید به معنای دقیق کلمه بتوان گفت در شرایط حاضر، ماشین نوین جنگیبینش و تصور بشریرا درو کرده است. هنگامی که جهان را از منظر

ص: ۳۸

۱- .Arthur Kroker،نویسنده و استاد علوم سیاسی در دانشگاه ویکتوریای کانادا است مطالب و یادداشت های بسیاری در حوزه تکنولوژی و فرهنگ از وی منتشر شده است.

بمبی در حال فرود نظاره می کنیم، بدان معناست که درک بشری_ یعنی بینش، بصیرت، قضاوت اخلاقی، تمایز بین واقعیت و توهم _ پایان یافته است و نوعی بینش مجازی که محصول ماشین تصویرسازی نظامی است، جای گزین آن شده است. در مورد همان صحنه فرو افتادن بمب، بیننده، فضایی را در ذهن خود تجسم می کند که نوعی فضاسازی کاملاً دروغین و جعلی است. سال ها پس از جنگ اول خلیج فارس، مشخص شد که بسیاری از تصویرهای موشک های کروز که تصور می شددر هدف قراردادن اهداف، نهایت دقت را دارند، تصویرهایی ساختگی و مونتاژ شده هستند. واقعیت آن بود که هدف از حمله های گسترده هوایی و استفاده از تسلیحات و بمب های خوشه ای، درست همان هدف قرار دادن عامدانه شهروندان و غیرنظامیان بود.

پاسخ شما به این پرسش که استفاده از تسلیحات دقیق، با کاهش مرگ و میر (نسبت به جنگ هایی همچون جنگ جهانی) همراه بوده، چیست؟

امریکا هم اکنون در پی آن است که به تمام تسلیحات مجازیمسلح شود تا بدین وسیله از حوادث پیش بینیناپذیر جنگ های مرسوم خودداری کند. به جنگ دوم خلیج فارس توجه کنید. در این جنگ، از کاربرد تسلیحات دقیق و در نتیجه، کاهش شمار کشتار غیرنظامیان سخنی به میان آمد.با این حال، شاهد استفاده از بمب های خوشه ای با هدف ایجاد وحشت بیشتر در عراق بودیم. رسانه های گروهی هم در مورد کشتار غیرنظامیان سکوت کردند؛زیرا در اصل،این مسئله در حوزه تبلیغات دولت می گنجد تا بدین صورت، به معنای واقعی کلمه، مقوله «انسانیت» را از این جمعیت که سپر بلای دیگران شده اند، بزداید. شاید این واقعیت را باید در ذهن داشته باشیم که آخرین کشتار در عصر جدید، مرگ امید سیاسی در جوامع باشد.

در گذر سریع از جنگ های واقعی به جنگ سرد و سپس ورود به عرصه جنگ های ویروسی و میکروبی، هم اکنون پدیده دیگری یعنی تبدیل جنگ ها به نوعی تصویر مجازی در حال تحقق است که گستره آن، از انداختن بمب ها و خشونت فیزیکی تا استثمار روحی، گسترش یافته است. در این حالت، جنگ به پوسته ای می ماند که امپراتور آن را برخود کشیده است و فقط با زبان خشونت صحبت می کند. امپراتور تکنولوژی با توسل به جنگ علیه تروریسم، نوعی «عمل جراحی روحی» روی دهکده جهانی انجام داده است. (۱)

ص: ۴۰

۱- www.massivecnange.com، سیاحت غرب، شماره ۳۳.

...

تلویزیون جنگ؛نوازش احساس بینندگان امریکایی

روِن کافمن(۱)

چکیده

تلویزیون با تأکید بر شمار بینندگان خود، همیشه می کوشد آنها را راضی نگه دارد و چنان رفتار نکند که احساس بدی به آنان دست دهد. در طول جنگ امریکا علیه عراق، تلویزیون هایامریکا پیوسته در پی این بودند تصویرهایی از جنگ پخش کنند که احساسات عمومی را جریحه دار نکند و برعکس، جنگ را تنها به عنوان یک برنامه در کنار برنامه های دیگر نمایش دهند.

برخی اوقات، آنچه در تلویزیون نشان داده نمی شود، به اندازه چیزی که نشان داده می شود، اهمیت دارد. بعضی از تصویر ها، هرگز در جنگ سال ۲۰۰۳ علیه عراق، در تلویزیون امریکا نشان داده نشدند. تلویزیون چیزهای زیادی را نشان داد، ولی بسیاری از مطالب هم پخش نشدند. دلیل اینکه بسیاری از این تصویر ها پخش نشدند، این نبود که شبکه های تلویزیونی ایالات متحده امریکا، میهن پرست بودند یا بین دولت ایالات متحده و شبکه های تلویزیونی تبانی صورت گرفته بود. تلویزیون روی آمار بینندگان یا شنوندگان تأکید می کند. تولیدکنندگان تلویزیونی درباره آنچه مردم می خواهند نگاه کنند یا آنچه باید نگاه کنند، نگران نیستند، ولی درباره آنچه مردم نگاه خواهند کرد، نگران هستند؛ یعنینگرانند چه تعداد چشم به تلویزیون نگاه می کند.

۱- Ron Raufman، ژورنالیست و معلم امریکایی در رشته روان شناسی.

بعضـی از تصویر هـا، آزاردهنـده و احساسـی هسـتند. آنهـا اثرجنـگ و حقیقت را نشان می دهنـد. این تصویر ها را رسانه های جهـانی و خبرگزاری های معتبر امریکایی ماننـد آسوشـیتدپرس و رویترز تهیه کرده انـد. بیشتر این تصویر ها در اینترنت و وب سایت های مسـتقل تهیه شـده اند و بسـیاری از آنها هم در بخش عکس هاییاهو یافت شده اند. دیدن بسـیاری از این تصویر ها برای انسان، دشوار است و برخی هم انسان را به گریه می اندازنـد.علت اینکه این تصویر ها در تلویزیون نشان داده نشدند، این است که سـبب می شدنـد به مردم احسـاس بـدی دست بدهـد. این تصـویر هـا، اثر جنـگ را به خونین ترین و دل خراش ترین صورت نشان می دهند. دیدن این تصویر ها، پرسش های سختی را در ذهن انسان می آفریند.

تلویزیون، یک رسانه ساده کننـده است. از تلویزیون انتظار نمی رود که پرسـش هایی طرح کنـد تا دیگران احساس بـدی پیـدا کننـد. اگر مردم هنگام مشاهـده تلویزیون احساس بـدی پیدا کنند، آن را خاموش خواهند کرد. تنها راهی که می شود مردم را به دیدن صـحنه های جنگی راضـی کرد، این است که آنها درباره جنگ احساس خوبی داشـته باشـند. اگر فردی پس از حمله امریکاو بریتانیا به عراق، شـبکه هایی مانند ای.بی.سی، سی.بی.اس، ان.بی.سیو سی.ان.ان را در ماه های مارس و آوریل ۲۰۰۳ نگـاه می کرد، چیزی که او را آزار می داد، این بود که هماره موسـیقی پیروزی می شـنید و تصویر های گرافیکی سه بعـدی و اخبار فوری از جنگ را می دیـد. هیـچ کـدام از این تصویر ها به روحیه انسان آسـیب نمی رساند و در دو ماه اول، انسان را به گریه نمی انداخت یا سـبب نمی شد انسان شـگفت زده شود. در واقع، هنگام مشاهده پوشـش جنگ عراق، احساسـی به انسان دست نمی داد و بیشتر، خستگیبر انسان چیره می شد.

ص: ۴۲

گزارش های خبری درباره تلفات سخن می گفتند. کشتگان امریکایی ذکر می شد و چیزی درباره کشتگان بریتانیایی یا عراقی گفته نمی شد، ولی اجساد یا خون های ریخته شده نشان داده نمی شد. در مورد بیمارستان های نظامی صحبت می شد و مصاحبه هایی هم با پرسنل پزشکی صورت می گرفت، ولی تصویری از کودکان نقص عضو شده نشان داده نمی شد.

تلویزیون امریکاهرگز درباره علی اسماعیل عباس، کودک دوازده ساله عراقی که تمام خانواده اش (از جمله مادر حامله اش) به وسیله یک موشک امریکایی کشته شدند، چیزی پخش نکرد. علی، یتیم مانده بود و با وجود سوختگی ها و قطع دستانش، معلول شده بود. رسانه های گروهی جهان معالجه او را در بیمارستان کبندی بغداد پوشش دادند. حتی در صحن پارلمان بریتانیا در مورد علی بحث شد. با وجود این، موضوع علی هرگز از تلویزیون امریکا پخش نشد.آنچه رسانه هایامریکابا احترام تمام پخش کردند، تصویر های نجات دادن جیکا لینچ، یک سرباز نوزده ساله امریکایی بود که نیروهای عراقی اسیرش کرده بودند. نیروهای ویژه ایالات متحده امریکااو را از یک بیمارستان نظامی عراق نجات دادند. آنچه پخش آن از تلویزیون، مناسب تر به نظر می رسد، سربازی بلوند است، نه بچه ای عراقی که سوخته است و بازو ندارد.

یک تحقیق نشان داد دیدن اخبار تلویزیون در طول جنگ، افزایش یافته بود، ولی مطالعه روزنامه افزایشی نداشت (این مطالعه را انستیتوی«خواندن» در آوریل ۲۰۰۳ منتشر کرد).خان لاوین، مدیر انستیتوی«خواندن» گفت که تلویزیون حتی در جاهایی که انتظار می رفت روزنامه برد داشته باشد، با اختلاف زیادی، برنده است. به طور کلی، هیچ کس نمی خواهد هنگام تماشای

تلویزیون احساس بدی داشته باشد. توجه تلویزیون امریکادر پوشش جنگینیز این بود که مردم از جنگ و از اینکه امریکایی هستند، احساس خوبی داشته باشند.

جنگ، سخت و خشن است، ولی تلویزیون هایامریکا آمار کشته شدگان را کاهش دادند و حرکت نظامیان امریکایی را بیشتر به بازی های ویدئویی کودکان شبیه کردند. تلویزیون می خواست آنچه را دوست دارد، نشان دهد، نه بیشتر. تلویزیون، حقیقت را نشان می دهد، ولی نه همه حقیقت را. یک کودک هشت ساله عراقی با یک صورت سوخته شده، حقیقت جنگ است، ولی هرگز در تلویزیون هایامریکا نشان داده نشد.

مهاتما گاندی می گوید: «برای مردگان، یتیمان و افراد بی خانمان چه فرقی می کند که تخریب با نام «تمامیت خواهی» توجیه شود یا نام مقدس «آزادی» و «دموکراسی»؟» (۱)

ص: ۴۴

۱- http://www.turnoffyourtv.com، سیاحت غرب، شماره ۲۴.

...

تبلیغات جنگ

اشاره

مایکل چاسودفسکی (۱)

چکیده:

تحریف واقعیت ها و دست کاری و کنترل منابع اطلاعاتی، به بخش اساسی برنامه ریزی های نظامی ایالات متحده امریکاتبدیل شده است. شماری از آژانس های دولتی و نهادهای اطلاعاتی و جاسوسی مرتبط با پنتاگون در پیشبرد این جنگ تبلیغاتی، مشارکت دارند.

طراحان نظامی پنتاگون عمیقا از نقش اساسی تبلیغات جنگ آگاهند. چندی است که نبرد عرضه اطلاعات دروغین و گمراه کننده و ایجاد نوعی هراس در عرصه جامعه، به رهبری پنتاگون، وزارت امور خارجه و سازمان جاسوسیامریکا آغاز شده است. تحریف وقیحانه واقعیت ها و دست کاری و کنترل نظام مند منابع اطلاعاتی، به بخش اساسی برنامه ریزی های نظامی امریکاتبدیل شده است. در پرتو حادثه یازدهم سپتامبر، دونالد رامسفلد، وزیر دفاع امریکا، بخشی با عنوان «دفتر نفوذ استراتژیک» یا آن گونه که منتقدانش می خوانند، «دفتر نشر اطلاعات گمراه کننده» تأسیس کرد. یکی از منتقدان این دفتر در این باره می گوید: «وزارت دفاع مدعی است که واقعا نیازمند توسل به چنین اقدامی بوده اند و حقیقتا هم آنها سخت به خلق داستان ها و

۱- Michel Chossudovsky، اقتصاددان کانادایی و استاد دانشگاه.

گزارش هایی دروغین درباره دیگر کشورها مشغولند تا از این رهگذر، افکار عمومی سراسر جهان را از این دروغ پردازی ها متأثر کنند».البته این دفتر به دنبال فشارهای سیاسی و گزارش های رسانه های گروهی دردسرساز که مدعی بودند هدف از تأسیس آن، همانا پیشبرد منافع امریکاییان با توسل به دروغ پراکنی است، به طور رسمی منحل شد.

با وجود این تغییر موضع ظاهری، نبرد پنتاگون در قالب انتشار اخبار جعلی و اطلاعات گمراه کننده در عمل ادامه یافته است تا آنجا که مقام های پنتاگون چنین رویکردی را بخشی از جنگ نظامی خود برمی شمارند.تعدادی از آژانس های دولتی و نهادهای اطلاعاتی و جاسوسی مرتبط با پنتاگون، در پیشبرد این جنگ تبلیغاتی مشارکت دارند. در چنین جنگی، حقایق، معکوس جلوه داده می شود و در اصل،جنگ به مثابه «مداخله هایبشر دوستانه ای» معرفی می شود که نتیجه آن، «تغییر حکومت ها» و «استقرار دموکراسی» است. در چنین رویکردی، اشغال نظامی و کشتار غیرنظامیان به عنوان استقرار و تداوم صلح معرفی می شود و کاهش آزادی های مدنی نیز ابزاری برای تحقق امنیت داخلی و البته حمایت از این گونه آزادی ها شمرده می شود. جدای از چنین مواردی، «اسامه بن لادن» و «سلاح های کشتار جمعی» به ترجیع بند گزارش ها و بیانیه هایی تبدیل شده که توسل به آن ها، دست مایه ای برای دخالت امریکادر امور دیگر کشورها است.

آن چه به جنگ عراق انجامید، شاهدی بر این مدعاست. این جنگ که مراحل برنامه ریزی شده ایداشت، با هدف تحریف و گمراه ساختن افکار عمومی چه در داخل و چه در خارج از امریکا دنبال شد و این روند، یعنیتوسل به تبلیغات پیش از آغاز جنگ، در خلال آن و حتی پس از پایان

وحشیانه آن، همچنان ادامه یافته است؛ تبلیغاتی که هدف از آن، چیزی جز تحت الشعاع قرار دادن عوامل اصلی و پی آمدهای این جنگ نبوده است.

نقش سازمان سیا

سازمان سیا، عهده دار مهم ترین نقش در روند این جریان سازی اطلاعاتی است. این سازمان با کمک مالی پنهانی به نویسندگان، روزنامه نگاران و منتقدان رسانه ها که هزینه های آن را خود این سازمان و دیگر نهادها و سازمان های خصوصی تأمین می کنند، به آنها یاری می رساند. این سازمان حتیبر حوزه و جهت گیری فعالیت های فیلم سازان هالیوود نیز اثر می گذارد تا آنجا که یک سوم فیلم های تولیدی هالیوود پس از یازدهم سپتامبر را فیلم های جنگی تشکیل داده است. روز داوینسون، روزنامه نگار اسکاتلندی در این باره می نویسد: «ستارگان و نویسندگان هالیوود برآنند تا پیام جدیدی از میهن پرستی را در فیلم های خود بگنجانند و آن را بدین صورت به بینندگان خود القا کنند و با مشورت کردن با سازمان سیا و با توسل به نوعیاندیشه سازی، احتمال حمله های تروریستی را در اذهان بینندگان به یک واقعیت عینی بدل سازند».

همچنین در دیگر کشورها، نمایندگی های سازمان های جاسوسیبرخوردار از حمایت سازمان سیا بر این جریان پنهانیاثر می گذارند. پس از حادثه یازدهم سپتامبر، آنها به این نتیجه رسیده اند که باید همواره اطلاعاتی مجعول درباره احتمال «حمله های تروریستی» در عرصه اجتماع منتشر کنند. نکته جالب توجه آن است که در همه این گونه موارد، این گروه های تروریستی فعال در کشورهای انگلستان، فرانسه، اندونزی، هند، فیلیپین و...،مرتبط با سازمان القاعده و شخص بن لادن معرفی می شوند، ولی در هیچ یک

از این گزارش ها به این واقعیت اشاره نمی شود که القاعده، مولود «سازمان سیا»ست.

دکترین «دفاع مشروع از خویشتن»

در این دوره هـای حساس زمانی، نبرد تبلیغاتی بر پایه این توهم شـکل گرفته که «امریکا در معرض تهاجم» است. این «واقعیت مجعول» که رسانه های جمعی و تعدادی از پایگاه های اینترنتی، انتشاردهندگان اصـلی آن به شمار می روند، جنگ را اساسی ترین راهکـار برای «دفاع مشـروع از خویشـتن» معرفیمی کننـد و با این حال، اهـداف اقتصادی و استراتژیک آن را به دقت و با مهـارت از اذهـان دور می دارند.شاهـد این مـدعا را در این سـخن تکراری بـوش می تـوان جست که: «مـا هم اکنـون در خطر تهاجم قرار داریم؛ زیرا عاشق آزادی هستیم... و تا زمانی که به آزادی و ارزش حیات همگان عشق بورزیم، دشـمنان ما در پی ضربه زدن به ما هستند».

هم اینک که دکترین «جنگ پیش گیرانه» و «جنگ علیه تروریست ها»، به دو مؤلّفه اساسـی نبرد تبلیغاتی پنتاگون تبـدیل شده است، دشـمنان امریکـا را به دو حـوزه «حکومت هـای خودسـر» و «تروریست هـای مسـلمان» می توان تقسـیم بنـدیکرد. به این ترتیب، با توسل به این گونه ادعاها که این دشمنان، نه به مدد سلاح های متعارف، بلکه با ترور و سلاح های کشتار جمعی، به عرصه مبارزه گام نهاده اند، جنگی تبلیغاتی علیه آنها سامان داده شده است.

تغذیه اخبار روز به کمک اطلاعات گمراه کننده

پرسشـی که به ذهن می رسد، این است که به راستی این گونه تبلیغات چگونه شـکل می گیرد؟ در حقیقت این گونه خبرهای دروغین که به یاری هسته هایمشاوران کاخ سفید، دستگاه های امنیتی و سازمان های اطلاعاتی عرضه

می شود، بیشتر با توسل به دو «شعار روز» که گمراه کننده و مردم پسند هستند، به عنوان اخبار روز تبدیل می شوند:

شعار اول _ گروه القاعده و اسامه بن لادن

این عنوان در پشت بیشتر گزارش ها و خبرهای مرتبط با «جنگ علیه تروریسم» وجود دارد، ولی آنچه توجهی بدان نمی شود، این حقیقت است که القاعده، خود، یکی از منابع جاسوسی سازمان سیا در عملیات های پنهانی ایالات متحده امریکاست.

شعار دوم _ تسلیحات کشتار جمعی

این شعار با هدف توجیه جنگ پیش گیرانه علیه دولت هایی همانند عراق و سپس ایران و کره شمالی به کار می رود؛ یعنی دولت هایی که ادعا می شود چنین تسلیحاتی دارند. در مورد عراق، همگان شاهد بودیم که حجم عظیمی از این اَخبار، ساختگی و دروغین بود. با این حال، این دو شعار، به بخشی از اخبار روز جهان تبدیل شده است. با توسل به فریب و گمراه کردن و نیز تحریف واقعیت ها، اذهان جهانیان به صورتی شکل می گیرد که علاوه بر دامن زدن به فضای جنگ طلبی، شاهد فضایی آکنده از ترس و وحشت بین مردم و نیز افزایش حس میهن پرستی و حمایت از دولت باشیم. (۱)

ص: ۴۹

۱- www.spectrezine.org، سیاحت غرب، شماره ۹.

رسانه ها و مرگ حقیقت

دیوید میلر (۱)

چکیده

در دنیای کنونی، تحقق خواسته ها و اهداف نظام ی بدون کنترل و هدایت

رسانه های عالم گیر امکان پذیر نیست. تجربه امریکا در ویتنام و همراه ی نکردن

رسانه ها با سیاست های این کشور در برهه ای خاص، مهم ترین گواه این مس ئله و

عامل مهمی در تغییر رویکرد و توجه سیاستمداران و نظامیان دولت امریکا به

اهمیت و جایگاه رسانه ها در تجربه های بعدی بود؛ تجربه هایی که در آنها، حقایق،

پنهان می گردد و مسایلی غیرواقعی در راستای منافع دولتمردان و کنترل کنندگان

رسانه ها منتشر می شود.

حمله به عراق را می توان پرسانسورترین رویداد عصر جدید دانست.

پوشش خبری رسانه های جریان ساز و مهم به صورت ب ی سابقه ای کنترل و

نظارت شد. ایالات متحده امریکا همچنان مصمم است تا از پخش

گزارش های مستقل و بی طرفانه در مورد عراق جلوگیری کند و تبلیغات و

تعبیر های مورد نظر حاکمان سیاسی در دستور کار رسانه های امریکا و بریتانیاحاکم شود و به هر صورت ممکن، از شمار اخبار انتقادی رسانه ها در سراسرجهان کاسته شود.

دولت های امریکا و بریتانیا به این نتیجه رسیدند که تبلیغات و کنترل رسانه ها، مهم ترین عامل پیروزی در جنگ هاست. در شکست کانال سوئز،

ص: ۵۰

۱- David Miller، نویسنده و روزنامه نگار برجسته بریتانیایی و استاد جامعه شناسی دانشگاه «استراتکلید» انگلستان.

جنرال سرچارلز کیتلی در گزارش داخلی به دولت در سال ۱۹۵۷ اعلام کرد که مهم ترین درس آن بود که اکنون افکار عمومی جهانی، اساسی ترین اصل یک جنگ را به خود اختصاص داده است. به نظر بسیاری از صاحب نظران، نقش رسانه ها در جنگ ویتنام، مهم ترین عامل شکست امریکا و پیروزی ویتنام بود. رسانه هایامریکازمانی به ابراز نارضایتی از این جنگ پرداختند که نخبگان هیئت حاکمه این کشور در این مسئله با اختلاف نظرهای جدی روبه رو شدند. از این رو، طراحان جنگ های بعدیامریکابر آن شدند تا خود را از آسیب های اخبار سانسور نشده ایمن نگاه دارند. به همین دلیل، دولتمردان امریکایی در آغاز دوره ریاست جمهوریریگان بر آن شدند تا به رسانه ها و مطبوعات این کشور اجازه ندهند افکار عمومی این کشور را خواه عامدانه یا غیرعامدانه، متوجه اهداف جنگ طلبانه دولت کنند.

در جنگ خلیج فارس، روزنامه نگاران در بیابان های عربستان سعودی محصور شدند و تنها با فیلم های کوتاه که نشان دهنده اصابت دقیق بمب ها به اهداف بود، تغذیه می شدند. این جنگ، نمونه جنگی پاک به شمار می رفت که غیرنظامیان در نتیجه استفاده از بمب های هوشمند، آسیب ندیدند، ولی در حقیقت، این جنگ، نمونه ای از یک سیاه بازی حساب شده بود. واقعیت ها حکایت از آن داشت که تنها هفت درصد مهمات به کار رفته، هوشمند بود و ۹۳ درصد باقی مانده، تسلیحات و مهمات غیرهوشمندی بودند که از آن جمله می توان به سلاح های کشتار جمعی اشاره کرد. بر پایه گزارش های رسمی حتی همان مهمات هوشمند هم چندان هوشمند از کار در نیامدند، به گونه ای که بر اساس اطلاعات رسمی، ۴۰ درصد آنها در شناسایی اهداف خود، خطا داشتند. لازم به ذکر نیست که ما نه تصویری از بمب های غیرهوشمند این جنگ را دیدیم و نه بمب های هوشمندی که به اهداف مورد

نظر برخورد نکردند، ولی حتی هنگامی که بمب های هوشمند به اهداف برخورد کردند، شاهد کشتار غیرنظامیان بودیم که پناهگاه الاماریه بغداد، نمونه برجسته آن بود.

تأکید دوباره بر یک جنگ پاک، تلاشی در راستای انحراف افکار عمومی از ماهیت سلاح های کشتار جمعی همچون تسلیحات حاوی اورانیوم ضعیف شده مانند بانکر باستر و دیزی کاتر و توجیه استفاده از آنها بود.

در جنگ های گذشته و از آن جمله در جنگ خلیج فارس در سال ۱۹۹۱، مهم ترین هدف این نظام، کنترل روزنامه نگاران در صحنه بود. مجریان این طرح به نظامیان اجازه می دادند تا همه حرکت ها و رفتارهای روزنامه نگاران و حتی مشاهدات آنها را کنترل کنند. در این جنگ، پنتاگون از روزنامه نگاران و گزارشگران خواست تا نظامیان را همراهیکنند که بدین معنا بود هیچ یک از آنها مستقلانه حق حضور در مناطق مورد نظر خود را نداشتند.در این مرحله، آنها نیز لباس های نظامی پوشیدند و با نظامیان همراه شدند. بر اساس آمار رسمی، در این جنگ، ۹۰۳ گزارشگر، نیروهای نظامی را همراهی می کردند که شش برابر تعداد گزارشگران حاضر در بغداد بود. افزون بر آن، همه روزه، گزارش هایی از پایگاه اصلی نظامیامریکا در منطقه یعنی از قطر در اختیارنشریه ها و رسانه ها قرار می گرفت که با تصویرهایی ساخته شده در استودیوها که بر پنج صفحه بزرگ تلویزیون پیوسته پخش می شد، همراه بود. این مرکز را یکی از طراحان هالیوود، طراحی و ساخته بود و هزینه ای حدود ۲۵۰ هزار دلار در برداشت.

مَثَلی قدیمی و البته تکراری می گوید «حقیقت، اولین قربانی جنگ است.» در اینجا هم دولت هایامریکاو بریتانیا در تلاشی هماهنگ و حساب شده به تخریب حقیقت پرداختند. (۱)

۱- www.medialens.org، سیاحت غرب، شماره ۳۶.

چگونه جنگ می تواند یک سرگرمی خانوادگی باشد؟

رون کافمن (۱)

چکیده

آقای رون کوفمن، نویسنده مقاله، رویکرد رسانه ها را درباره جنگ و حوادث مرتبط با آن بررسی می کند. او با بیان این نکته که رسانه هایاصلیامریکا، کشتار انسان ها را در جبهه های جنگ، بی اهمیت جلوه می دهند و صرفا به اتفاق هایحاشیه ای درگیری ها توجه می کنند، به این واقعیت می پردازد که این رسانه ها با مشغول کردن مردم به برنامه های تفریحی و سرگرمی، واقعیت های مربوط به جنگ را سانسور می کنند.

پرزیدنت جورج دبلیو بوش در ۱۳ آوریل ۲۰۰۴ گفت: «هیچ کس دوست ندارد تصویر های اجساد کشته شدگان را در مانیتور تلویزیونش ببیند و من هم دوست ندارم.»توصیه سرتیپ ژنرال مارک کیمیتنیز به عراقی هایی که از دیدن اجساد غیرنظامیان کشته شده به وسیله نیروهای ائتلافی، آزرده می شوند، این است: «کانال تلویزیون را عوض کنید».

وحشی گری های جنگ در تصویر های تلویزیونی نشان داده نمی شوند. پوشش های تلویزیونی جنگ مثل اسباب بازی کودکان، سهل انگارانه و ساده است. تلویزیون به دنبال انتقاد از حمله یا به تصویر کشیدن واقعیت های

۱- Ron Kaufman، ژورنالیست و معلم امریکایی در رشته روان شناسی.

خشن نیست. جنگ در تلویزیون، تنها بخش های کوچکی از واقعیت فاجعه آمیز بزرگی است که روی فیلم های ویدئویی ضبط شده است.

در امریکا، جنگ عراق از نظر لفظی، یک بازی تلقی می شود که از طریق آن، شبیه سازی پروازهای جنگی طلاییاف . اِی ۱۸ به طور موفقیت آمیز به انجام می رسد. کمپانیGraphism Entertainment، عملیات اف . اِی ۱۸ در جریان آزادسازی عراق را به صورت بازی ویدیویی درآورده است. حال این پرسش مطرح می شود که چگونه جنگ می تواند به سرگرمی و تفریح سودمندی برای اعضای خانواده تبدیل شود؟

در پاسخ به این پرسش می توان گفت تلویزیون، رسانه کاملی است که می تواند تأثیرجنگ را به تصویر بکشد. مردم در جنگ ها مبارزه می کنند و همین مردم در جنگ ها کشته می شوند. روح و جسم مردم در جنگ ها آسیب می بیند. خانواده ها در نتیجه جنگ ها و درگیری ها، مصیبت می بینند و فرهنگ سراسر یک جامعه می تواند تغییر یابد یا اینکه به کلی نابود شود و از بین برود. تلویزیون می تواند مثل شیشه کریستال، احساسات را روشن و آشکار منتقل کند.تلویزیون توانایی انتخاب افزایش بحث و بررسی جنگ را در مقابل صلح دارد. تلویزیون می تواند درباره تصمیم های پیچیده ای که به جنگ و درگیری ملت ها با همدیگر می انجامد، بحث کند. [این در حالی است که] تلویزیون، قلمرو حقیقت نیست، بلکه محل تجارت است.

گزارشگر مراسم اهدای جایزه به برندگان جایزه پولیتزر (آقایکارل برنشتاین) به طور معمول، رسانه های امروزی را با عنوان «سلطه و تبلیغ فرهنگ سبک مغزی» (به علت اینکه هدف اخبار تلویزیونی، بیشتر سرگرم نگه داشتن مردم است تا خبررسانی) نقد کرده است. برنشتاین در یک

سخنرانی در دانشگاه تگزاس اویستن با عنوان «پوشش های تلویزیونی جنگ را نگاه کنید. چه مقدار از واقعیت هایی را که در میدان های جنگ ادامه دارد، در تلویزیون ملاحظه می کنید؟»، ادعا می کند افکار عمومی، حقایقی را که درباره جنگ در عراق وجود دارد، از طریق تلویزیون دریافت نمی کنند. او می گوید: «ابتدا با وقایع و واقعیت های جنگ برخورد کنید و آگاه شوید و سپس وارد گفت و گو شوید. عراق، نمونه ای از بد جلوه دادن واقعیت های جنگ است. من بر این باورم که نقش و وظیفه روزنامه نگاران آن است که مردم را درباره موضوع یاد شده به چالش بکشند و آن ها را سرگرم نکنند».

برنشتاین در ارزیابی های خودش، تنها نیست. تدکوپل، مجری اخبار شبکه خبریای.بی.سی در آوریل ۲۰۰۴ به شبکه رادیو و تلویزیون هالیوود گفت که اخبار تلویزیون نقش سرگرم کننده ای را در اطلاع رسانی به جامعه بازی می کند. کوپل پیش بینی سال ۱۹۵۸ مجری شبکه خبریسی.بی.اس، آقایادوارد آر. موراو را بازگو و یادآوری می کند که تلویزیون برای تحریف و گمراه کردن، سرگرم سازی و مانع از آگاه شدن و تماس با خبر یا هر چیز دیگری به کار گرفته می شود. کوپل اظهار داشت که پیوند بین سرگرمی ها و اخبار تلویزیونی، فضایی را ایجاد می کند که دیگر برای روزنامه نگاری واقعی و صحیح جایی باقی نمی ماند.

وقتیواقعیت های جنگ در تلویزیون نشان داده نمی شود، جنگ حالت سرگرم کنندگی پیدا می کند. پروژه توفیق ژورنالیسم (PEj) در مارس ۲۰۰۳ ضمن گزارشی، به این نکته توجه نشان داد که شبکه های تلویزیونیامریکا هرگز مردمی را نشان نداد که در روزهای آغازین جنگ عراق مجروح شده بودند. اگرچه ۲۱ درصد از فعالیت های شبکه خبری تلویزیونی، تیراندازی

تسلیحات را شامل می شود و ۱۵ درصـد، تأثیر غیرانسانی آن را نشان می داد (تأثیرات جنگ بر ساختمان ها یا کامیون ها)، ۱۱ درصد تصویر ها در حالی که تسـلیحات شلیک شده به هدف نمی خورد، فیلم گرفته شده بود. با این اوصاف، اصولاً ۱ درصد از تصویر هـا نیز به تأثیر انسانی نمی پرداخت. بر اساس بررسـی های این تحقیق، بالاترین میزان فعالیت دوربین شامل این موارد بود:

۳/۲۱ درصد،تسلیحات شلیک شده

صفر درصد،تأثیرات انسانی

۲/۱۰ درصد،تأثیرات غیرانسانی

۱/۱۱ درصد،شلیک های بی هدف، بدون نتیجه

۱/۱۱ درصد،[سربازان] آماده در خط مقدم جنگ

۴/۳۲ درصد،حرکت ها یا مانورها

۲/۱۰ درصد،فعالیت های مربوط به پشت جبهه

۸/۱ درصد،دیگران (موارد دیگر)

۲/۲۳ درصد، جنبه های غیر ویدیویی

گروه نظارت بر رسانه ها، در گزارشیبا عنوان «انصاف و دقت در گزارشگری(FAIR)»به این نکته اشاره کرد که بیشتر پوشش های رسانه ها از جنگ، شبیه نمایش است و مقدار کمی از آن واقعیت دارد.

تحقیق این گروه نظـارت دربـاره پوشـش خبری نشان داد که «هیـچ یک از سه شـبکه تلویزیونی عمـده که شب ها، برنامه های پخش سراسـری خبری دارنـد ــ پخش شـبانه اخبار جهان از شـبکه تلویزیونیABC، اخبار عصـرانه CBS و اخبار شـبانه شبکه تلویزیونیNBC_ این موضوع را به تفصیل بررسی

نکرده انـد که تأثیر بلندمدت جنگ بر شـرایط انسانی در عراق چه خواهد بود. همچنین آنها کشـته شدگان غیرنظامی جنگ بر اثر حمله های امریکا را کم اهمیت جلوه می دهند.

این شبکه ها با توجه به هشدارهای سازمان های حقوق بشر درباره رخ دادن «فاجعه عظیم انسانی» در عراق، از گزارش اجمالی دیـده بـان حقوق بشـر، خبرپخش نمی کردنـد. همچنین این شـبکه ها به گزارش سازمان ملل متحـد در مورد نبود غـذا و آب آشامیـدنی و مشـکلات عراقی هـای بی خانمـان اشاره ای نکردنـد و درباره نبود مراقبت های پزشـکی کافی با توجه به شـرایط جنگ زده عراق نیز هیچ مطلبی پخش نکردند.

گروه نظـارت بر رسانه ها به این نکته اشاره کرد که تنها برنامه ای که اخباری درباره هزینه انسانی جنگ پخش می کنـد، خط شبانه شبکه تلویزیونیABC است. به هرحال، اگر خبری مربوط به کشـته شـدن غیرنظامیان نیز پخش می شـد، تأثیر روانی این کشـتار را کاهش می داد؛ زیرا این گزارش ها در بیشتر موارد، به طور تلویحی یا به صـراحت، این مطلب را بیان می کردند که مردم کوچه و بازار به طور مسـتقیم و به عمـد، مورد هـدف ارتش امریکا قرار نمی گرفتند، بلکه در نتیجه «حملات متقابل» دو طرف به همـدیگر، طبیعتـا افراد غیرنظـامی هم به صورت اشـتباهی، به هلاکت می رسـیدند.در واقع، جنگ چیزی بیشتر از میان پرده هایینیست که در بین گزارش های مربوط به وضع ترافیک شهری و اخبار و حوادث ورزشی می آید.

در بحبـوحه زد و خوردهاپیوسـته در عراق، بیش از ۳۰۰ تفنـگ دار امریکا در کمتر از یک هفته مجروح شدنـد، در حالی که گزارش ها و اخبار اصلی شبکه خبریسی.ان.ان در ۱۷ نوامبر ۲۰۰۴ عبارت بودند از:

ـ کمارت خشکبار خریده است.

ـ رهبران کشورهای غربی، کشته شدن رئیس CARE را در عراق به باد انتقاد گرفتند.

ـ جورج بوش املاهایی را برای وزارت آموزش پیشنهاد می کند.

ـ انسان ها در امریکا، در گذشته، بیشتر از الان تفکر می کردند.

ـ شبکه خبری ای.بی.سی به دلیل در خطر انداختن جان رئیس NFL عذرخواهی می کند.

ـ ستاره نظم و قانون در بیمارستان بستری شد.

ـ اسامی گروه بدترین بازی ها.

گزارش های اصلی روز ۱۷ نوامبر در امریکا، شامل میزان تخریب بمب گذاری ها در فلوجه عراق نمی شد که به قتل ۱۵ نفر انجامید یا به خبر یک تفنگدار امریکاییاشاره نمی کرد که ادعا می شد قصد شلیک به یک مرد عراقی غیرمسلح در داخل مسجد را داشت. گزارش مهم بیشتر روزنامه هایپرشمارگان، رادیو و تلویزیون، مربوط به مسائل جنجال برانگیز تبلیغات پیش از بازی فوتبال دوشنبه شب بود که در آن، یک هنرپیشه زن بور و برهنه به آغوش گشاده و باز عقاب های فیلادلفیا (نزل اوول) می پرد.

در مقابل شبکه های تلویزیونی، رادیو و روزنامه هایامریکایی، گزارش ها و اخباری که شبکه ماهواره ای عرب ها (الجزیره) در همان روز تیتر کرده بودند، عبارتند از:

ـ تهاجم نظامی امریکا به سوی شهر موصل تغییر مسیر می دهد.

ـ با گسترش جنگ در فلوجه، تفنگ داران امریکایی جست وجوهای خود را آغاز کردند.

ص: ۵۸

_ جنگ در فلوجه، سبب انحراف انتخابات آینده عراق از مسیر خود خواهد شد.

_ سازمان ملل، خواستار تحقیق و بررسی جنایات جنگی در فلوجه شد.

_ کودکان، ضربات و خسارات سنگینی را بر اثر حملات ایالات متحده متحمل شدند.

رسانه های گروهیامریکا، مردم این کشور را از آگاه شدن نسبت به واقعیت ها و حقایق جنگ، دور می کنند.

تلویزیون به این سادگی تلفات جنگ را نشان نخواهد داد. در اوایل تهاجم امریکایی ها در سال ۲۰۰۳، شبکه ماهواره ایالجزیره یک فیلم ویدیویی را به دست آورد که در آن، اجساد سربازان امریکایی روی زمین نشان داده شده بود (بعد از حمله به کاروانشان). کانال های خبری تلویزیونیامریکادر این امر اتفاق نظر دارند که نوارهای ویدیویی را به تصویر نکشند. گوینده خبر شبکه MSNBC، جان سیزرنگر گفت: «آنها تصاویر ترسناکی هستند و ما به همین دلیل، آنها را در این شبکه نشان نمی دهیم.»دلایل پنهانی سانسور تصویرهای دردناک در رسانه های گروهی، در این خواسته نهفته است که بدین وسیله خبرها را قابل حفاظت (watchable) کنند.

در زمینه جنگ عراق، خطوط کلی فکری رسانه هایامریکا، از پخش و انتشار اخباری که مقام های حکومتی رسمی انتشار آنها را انحراف در پخش اخبار می دانند، جلوگیری می کنند. اگر هیچ یک از منابع رسمی، گزارشی را درباره یک موضوع پخش نکنند، ممکن است آن گزارش هیچ وقت به آگاهی مردم نرسد. نیروهای نظامی ایالات متحده امریکا، هیچ گونه اطلاعات، گزارش و اخباری را در مورد تأثیر بد جنگ روی سربازان و افراد غیرنظامی

اعلام نمی کنند. در نتیجه، رسانه های گروهی نیز از تهیه گزارش درباره تعداد اجساد کشته شدگان خودداری می کنند.

دلیل نگران کننده دیگری که سبب شد شبکه های خبری از آشکار کردن تصویر های واقعی جنگ عقب بنشینند، خودسانسوریبیش از اندازه در میان خود گزارشگران است. پژوهشی که «مرکز بررسی های کلیسا» درباره مردم و مطبوعات انجام داده است، با عنوان «خود سانسوری: چه مقدار و چرا؟» نشان می دهد اکثریت گزارشگران در پاسخ به تحقیق موردنظر (۷۷ درصد) گفته اند گزارش ها و اخباریکه تهیه کرده بودند، «بااهمیت،ولی مبهم» بودند که در ۷۷ درصد، از گزارش آن ها خودداری می کردند. این تحقیق که در مورد ۳۰۰ روزنامه نگار صورت گرفته بود، این نکته را آشکار کرد که بیش از نصف کسانی که جواب داده اند، گفته اند «گزارش های بیش از اندازه پیچیده» معمولاً نادیده گرفته می شوند.به طور مشخص، خبرنگاران تلویزیونی می گویند از موضوع های پیچیده باید چشم پوشید.

بدبختانه، تنها ۳۷ درصد خبرنگاران و روزنامه نگاران ملی و ۳۵ درصد روزنامه نگاران محلی اظهار می دارند که در انجام وظیفه خود برای ایجاد تعادل بین آنچه مردم می خواهند تا بدانند و آنچه باید بدانند، موفقیت آمیز عمل کرده اند.

اخبار تلویزیونی در به تصویر کشیدن جنگ در عراق نتوانست موفق عمل کند و تنها توفیق آنها در این زمینه، پایین آوردن کیفیت برنامه ها تا سطح یک کارتون تلویزیونی و برنامه سرگرمی بود. شمار قربانی هایی که به وسیله نیروهای نظامی ایالات متحده امریکا و دیگر کشورهای ائتلاف در جنگ عراق کشته شده اند، قابل تأمل است. مصدومان عراقی در وضعیت

بـدی قرار دارنـد. وظیفه سـنگین رسـانه هـای گروهی، توجه به این قربـانی هـا و تصویر کردن حقـایق است. افکار عمومی حق دیدن حقایق را دارند. شبکه های تلویزیونی اصلیامریکا از قبیلABC,CBS,MSNBC,FOXNEWS,CNN,PBC توصیه می کنند که حقایق جنگ پوشیده بماند.

هیـچ شـکی وجود نـدارد که چنـانچه تلویزیون هزینه واقعی انسـانی جنگ را نشان می داد ـ تصویر های خام و دست نخورده خون ریزی، درد، مرگ و تخریب ـ این جنگ خیلی وقت پیش پایان می یافت. (۱)

ص: ۶۱

۱- . http://www.turnoff your tv.com، سیاحت غرب، شماره ۳۰.

...

رسانه ها و جنون نظامی گری

نورمن سلومون (۱)

چکیده

تحقق سیاست های جنگ افروزانه و سلطه طلبانه ایالات متحدهامریکا، بدون نقش آفرینی و همراهی رسانه های این کشور، امکان پذیر نیست. در سایه همراهی و همگامی شبکه رسانه ای و نظامیامریکا، نوعی انحصار رسانه ای در این جامعه شکل گرفته است. در چنین شرایطی، رفتارهای جنگ طلبانه و غیرانسانی دولتمردان این کشور، طبیعی و متعارف جلوه می کند.

امروزه رسانه ها، نوعی سیاست فعال پیش گرفته اند،ولی باور ندارم که آنها از بررسی حقایق مربوط به ارتباط رسانه ها با دولت جنگ طلب خود، رضایت خاطری داشته باشند.در حال حاضر، جنگ، مهم ترین اصل سیاست خارجیامریکاست و از این رهگذر، رسانه ها به نمایندگان دولتمردان جنگ افروز بدل شده اند. در پرتو فعالیت این نمایندگان جدید، تبلیغ و ترویج نظامی گری اوج گرفته است تا کشور به سمت خودکامگی و سلطه جویی رهنمون شود. نگاهی به اخبار مطرح در رسانه ها حکایت از آن دارد که چگونه ماشین جنگ را به خوبی تنظیم کنیم. در چنین شرایطی، نیازمند آنیم تا این بحث را مطرح کنیم که به راستی چگونه می توانیم این ماشین جنگ را از کار بیندازیم؟

۱- Norman Solomon، نویسنده امریکایی و صاحب نظر برجسته در عرصه رسانه.

هنگـامی که اختلاـف هـا و شـکاف هـایی بین دو حزب سیاسـی حـاکم رخ می دهـد، جریـان های غالب خبری، نوعی نگرش متفاوت در پیش می گیرند، ولی هنگامی که نخبگان حکومت در مسئله جنگ با یکدیگر همراه و همگام می شوند و اختلاف هایشان را کنار می گذارند، از طرح و بررسـی چنین موضوعی، چشم پوشـی می کنند.با کنار گذاشـتن اختلاف های دو حزب اصـلی امریکا، رسانه های برجسـته نیز این رفتار را پیشه می کننـد، ولی سـکوت سـیاست مداران و رسانه ها را نباید سـکوت و رضایت ما تلقیکرد.

مـارتین لوترکینـگ، در آخرین مـاه هـای زنـدگی اش از ضـرورت مقابله با دولت جنگ افروز صـحبت می کرد. ویـدر ژانویه ۱۹۶۸ گفت: «هرگز علاقه ندارم تا خود را با شرایطی اقتصادی وفق دهم که ضروریات و نیازهای اولیه را از اکثریت جامعه می ستانـد تا تجملات و ناز و نعمت را به اقلیت هـدیه دهـد. من نمی خواهم خود را با جنون نظامی گری همراه سازم... .»همچنین وی در ماه مارس ۱۹۶۸ گفت: «بمب هایی که در ویتنام بر سر مردم فرود آمد، در حقیقت، در داخل امریکا منفجر شده است. چنین بمب هایی، آمال و فرصت های ما را برای داشتن یک امریکای شایسته از بین برده است».

ما امروز می گوییم، بمب هایی که بر سر عراقی ها فرود می آیـد، در حقیقت، در داخل امریکا منفجر شده اند و این بمب ها، آمـال و فرصت های پیش روی ما را برای داشـتن امریکایی شایسـته از بین برده است. سـربازان ما از مأموریت هایی که هـدف آن، چیزی جز قتل و خون ریزی نیست، به خانه بازمی گردند، در حالی که از نظر روحی و جسمی، مجروحند و درد و رنج ما زمانی افزون می شود که درمی یابیم منابع بسیاری به جای آنکه در راستایرفع نیاز مردم هزینه شود، در جنگ تلف شده است.

امروزه ضـروری است در برابر دروغ ها و باورهای غلطبایستیم که همیشه و بیش از پیش به جنگ دامن می زننـد. در این برهه زمانی شاهدیم صـفحه های نخست نشـریه نیویورک تایمز، با فریب کاری، از تسلیحات کشتار جمعی عراق خبر می دهد تا راه را برای هجوم به این کشور هموار سـازد. در همین زمـان، ضـروری است تـا حقـایق مرتبـط بـا درد و رنـج بشـری که امروزه با جنـگ پیونـد خـورده است، بر همگـان آشـکار شود. لازم است هم به طرح و افشـای دروغ پردازی هـای آنهـا و هم به نتـایج هولناک رفتارهایشان بپردازیم و بی شک، پرداختن صرف به یکی از این دو مورد نمی تواند ثمربخش باشد.

این شـبکه رسانه ای، نظامی و صـنعتی به مدد اصـلاحیه قانون اساسـیامریکا شـکل گرفت. چنین شـبکه ایبا ایجاد نوعی انحصار رسـانه ای، عملکردهـای جنـایت کـارانه این دولت جنـگ افروز را طبیعی جلوه می دهـد. به همین دلیل، در پرتو فعالیت چنین رسانه هایی،ما تشویق می شویم که این شرایط را شرایطی طبیعیبپنداریم، نه جنون آمیز. (۱)

ص: ۶۴

۱- www.Commondreams.org، سیاحت غرب، شماره ۳۷.

...

تبلیغات؛ سرباز عملیات روانی امریکا

فلوید مک کی (۱)

چکیده

نویسنده به بهانه افشای پرداخت رشوه یک مؤسسه پیمانکار ارتش امریکا در عراق به روزنامه نگاران عراقی، به بررسی نقش تبلیغات روانی در سیاست های جنگ افروزانه دولت ایالات متحده امریکاپرداخته است. استفاده از روش هایی نظیر برچسب زنی، هراس افکنی، طرح ادعاهای واهی، پرداخت رشوه به روزنامه ها و مجلات و شبکه های رادیویی و تلویزیونی برای پخش اخبار و مطالب جهت دار، به همراه بهره گیری از کارشناسان و تبلیغاتچی های متخصص در فروش کالاهای مصرفی، تاریخچه ای پرفراز و نشیب در دهه های اخیر داشته است.

در آستانه حمله امریکا به خاک عراق، دولت این کشور که از پیروزی های خود در افغانستان به وجد آمده بود، با بهره گیری از انواع تبلیغات روانی، تلاش کرد تا زمینه این تجاوز را در جهان عرب به وجود آورد. البته نظرسنجی های مختلف نشان داده اند که امریکا هرگز نتوانسته است در میان جامعه عرب به ویژه جوانان، به محبوبیت قابل توجهی دست یابد.

کاخ سفید اعلام کرد به دلیل اینکه یکی از مؤسسه های طرف قرارداد پنتاگون با اعطای رشوه به روزنامه نگاران عراقی، به انتشار تبلیغات جهت دار در روزنامه های عراق پرداخته، شوکه شده است. سخنگوی کاخ سفید حاضر نشد نام این مؤسسه امریکایی را افشا کند. البته شهروندان امریکایی نیز باید

۱- Floyd Mckay، نویسنده، روزنامه نگار و کارشناس مسایل تبلیغاتی.

شوکه شونـد هنگامی که بفهمنـد همین افراد، حـداقل به دو روزنامه نگار امریکایی مبالغی پرداخته اند تا در نشـریه های خود، مقاله ها و مطالبی در حمایت از دولت حاکم منتشـر کننـد و به علاوه، با حضور در برنامه های تلویزیونی چند شـبکه محلی، به تبلیغات جهت دار بپردازند.

مشکل اصلی در مورد اقدامات تبلیغاتی ناشیانه دولت امریکا در عراق این است که آنها در منطقه ای از دنیا به فعالیت مشغولند که تهدیـد یا خریـد روزنامه نگاران از سوی صاحبان قدرت، چندان سابقه ای ندارد. در این وضـعیت، به سـختی می توان ادعا کرد که فرمانـدهان ارتش امریکا در عراق نیز از همان قواعـد اسـتفاده شـده در داخل ایالات متحـده امریکا بهره می برند. البته روش های تبلیغاتی موفق گذشـته، اینک کارآیی لازم را در عراق ندارند. نکته قابل تأمل این است که دولت بوش در تبلیغات خود برای مردم امریکا، در برابر تبلیغات انجام گرفته برای اعراب، موفقیت بیشتری داشته است.

ترس، بهترین اسـلحه تبلیغاتچی هاست. ترس از رخ دادن یک حادثه دیگر از نوع آنچه در ۱۱ سپتامبر به روی داد، کم و بیش در تمـام پیـام هـای ارائه شـده از سوی کـاخ سـفید وجود دارد. برچسب زنی، سـلاح منتخب دیگری است که تبلیغـاتچی های دولت اسـتفاده می کننـد. آنها در سال های جنگ جهانی اول، آلمانی ها را «مردمان قبایل هون» می خواندنـد. در دوره جنگ جهـانی دوم و جنـگ ویتنـام، برچسب هـایی مثـل «انسـان هـار» و «زردهای کثیف» به رسانه های ما راه یافت و برچسب امروز، «تروریست» است که همیشه در سـخنان سـردمداران کاخ سـفید استفاده میشود.در سال های جنگ جهانی اول، امریکایی های آلمانی تبار، «شـیطان» خوانـده می شدنـد و در جنگ جهانی دوم، امریکایی های ژاپنی تبار، در اردوگاه هایی متمرکز اسـکان داده شده بودند.

ص: ۶۶

امروزه شهروندان امریکایی مسلمان نیز احساس می کنند که در کانون حمله رسانه های جمعی این کشور قرار گرفته اند.

تبلیغات در هنگام جنگ، به صورتی اجتناب ناپذیر بر پایه نمادها و تصویرها متمرکز است. پرچم کشور به اهتزاز درمی آید، شجاعت در میدان های نبرد ستایش می شود و منتقدان جنگ به صورت افرادی نشان داده می شوند که از وطن خویش و نیروهای نظامی میهنشان، متنفرند. بر دین تأکیدی ویژه می شود و رسانه ها به گونه ای جذاب، بر حمایت پروردگار از کشورشان تأکید می کنند.

تبلیغات موفق از ابزارهای مقدماتی نظیر برچسب زنی، ایجاد هراس و تکرار یک پیام ساده برای نوبت های متعدد، تا هنگامی که در اذهان مخاطبان پیام رسوخ کند، بهره می گیرند. حتی هنگامی که درگیری ها فروکش می کند، آثار و نتایج این تبلیغات همچنان روی مخاطبان باقی می ماند؛ همان گونه که هنوز هم میلیون ها نفر از مردم امریکا معتقدند عراق دارای سلاح های کشتار جمعی بوده است، صدام حسین و گروه القاعده با هم همکاری داشته اند و بالاخره یک عراقی در میان ترویست های حادثه ۱۱ سپتامبر بوده است.

در تبلیغات هنگام جنگ لازم است همه کشور را درگیر نبرد سازیم و رفتار زنان و مردان جوان کشته شده را در مسیری درست قلمداد کنیم. ما به فرزندان خویش چنین می آموزیم: «تو هرگز نباید بمیری»، ولی در عمل، به سربازان ارتش خود کشتن افراد را می آموزیم. حتی به سربازان حرفه ای هم باید آموخت که بر تردید خود در مورد کشتن انسان ها چیره شوند. بدین ترتیب، با تبلیغات می توان به آنان و خانواده هایشان اطمینان خاطر بیشتری داد.

درگیری های امروز دیگر نظیر جنگ دموکراسی غربی با نسل کشان آلمان نازی یا ژاپنی های جنگ طلب، هویت مشخص و روشنی ندارد. جنگ ما علیه تروریسم (که بی تردید، یک برچسب تبلیغاتی است) علیه دشمنی نامرئی با عناصری در سایه صورت می گیرد که هیچ یک از آنان، ملت یا ارتشی ندارند. این جنگ هیچ گاه پایان نمی یابد (همان گونه که هرگاه رئیس جمهوری ما از پیروزی سخن به میان می آورد، روز بعد، بمبی منفجر می شود). کشوری که همواره خود را در خط مقدّم جنگ قرار داده است، به صورت همیشگی، بیشتر آنچه را به او گفته می شود، می پذیرد؛ تا اینکه دروغگو زمانی رسوا شود و مخاطبان هم دریابند که آنچه به آنان گفته می شد، دروغ یا نیمه درست بوده اند؛ حقیقتی که در بیشتر تبلیغات ما روی می دهد.

دو روان شناس، پراتکانیس و آرونسون، چهار ترفند زیر را برای ارائه تبلیغات روانی پیشنهاد می کنند:

الف) متقاعد کردن مقدماتی و ایجاد فضایی که پیام در آن باورپذیر شود.

ب) اعتباردهی به منبع که رسانه ما دوست داشتنی یا معتبر شناخته شود.

ج) پیام ما بر اهدافی ساده و قابل دسترس متمرکز شود.

د) برانگیختن احساسات و فراهم آوردن زمینه دست یابی به پاسخ موردنظر.

این حقه ها، دولت بوش را در دوران انتخابات ریاست جمهوری سال ۲۰۰۴ میلادی یاری داد، ولی اعتبار رئیس جمهوری با ورود بحران اشغال عراق به چهارمین سال متوالی خود، وضعیت نزولی یافته است. به هر حال، در مورد عراق، این چهار حقه تبلیغاتی هرگز مؤثر نبودند.

مدت کوتاهی پس از بحران ۱۱ سپتامبر و پیش از اشغال عراق، دولت بوش تلاش کرد در یک برنامه گسترده، «مارک امریکا» را در خاورمیانه مطرح کند. در این مسیر، مؤسسه های نامدار تبلیغاتی مشاوره های خود را ارائه کردند و از آقای شارلوت بییرز که جزو تبلیغاتچی ها و مدیران برجسته تبلیغات خیابان مدیسون (۱)به شمار می رود، به عنوان یکی از دست اندرکاران تبلیغات ارائه شده از سوی وزارت امورخارجه در حوزه دیپلماسی ملی نام برده شد. استفاده از آقای بییرز یکی از آخرین اقداماتی به شمار می رود که دولت ما برای تمرکز بر منطقه انجام داده است.

پیش از اشغال عراق، یک برنامه گسترده تبلیغاتی برای مشروعیت بخشی و پذیرش نام امریکا در سراسر جهان به ویژه با هدف اثرگذاری بر جوانان عرب آغاز شده بود. ترسیم تصویرهایی خوشایند و جذاب از امریکایی های عرب تبار به همراه استفاده گسترده از موسیقی پاپ امریکایی و فیلم های ویدیویی، مشابه آنچه در شبکه ام.تی.وی پخش می شود، در سراسر جهان عرب پخش شد؛ زیرا ما به دنبال اشغال یک کشور عرب زبان بودیم. نظرسنجی های انجام شده در دنیای عرب نشان داد که جایگاه امریکا همانند گذشته در سطحی پایین قرار دارد. یکی از کارشناسان نامدار، ولی شکست خورده عرصه تبلیغات سیاست خارجی ایالات متحده به نمایندگان کنگره چنین گفته بود: «ما در منطقه خاورمیانه و جنوب شرقی آسیا، تنها یک انتخاب دیگر داریم. ما باید خود رسانه ها را به دست آوریم». البته ما بارها این کار را انجام دادیم، ولی نظرسنجی های بعدی هم در جایگاه ایالات متحده در اذهان اعراب تغییری نداد.

۱- خیابانی در نیویورک که دفتر بیشتر شرکت های بزرگ و برجسته تبلیغاتی امریکا در آن قرار گرفته است. (مترجم)

تبلیغاتچی های امریکایی به دلیل برخی موفقیت ها در افغانستان، دلگرم شده بودند؛ چون در آن کشور، به دلیل نبود هیچ نوع رسانه واقعی و شاخص، ایالات متحده توانسته بود به یک میدان بازی خلوت دست یابد و با استفاده از رسانه های یارانه داده شده از سوی امریکایی ها، اهداف خویش را پی بگیرد. با این حال، افغانستان یک کشور عرب تبار نیست. در اواسط ماه دسامبر، وزارت خارجه امریکا از ادامه انتشار نشریه عرب زبان ویژه جوانان به نام «حی» که با حمایت این وزارت خانه منتشر می شد، جلوگیری کرد؛ چون این رسانه نیز همانند شبکه های تلویزیونی، رادیویی و روزنامه های عرب زبان ایجاد شده به وسیله امریکا، از جذب مخاطب، ناتوان مانده بود.

بعدها بییرز بدشانس، جای خود را به کارن هوگز، یکی از نزدیک ترین افراد مورد اعتماد رئیس جمهوری داد. پنتاگون هنوز میلیون ها دلار دیگر برای تداوم تکنیک های شکست خورده و قدیمی خرج می کند. در محیط رقابتی تر رسانه ای پس از سرنگونی صدام در کشور عراق، ایالات متحده قادر نبود پیام های رسانه ای مناسب و حامی دموکراسی خویش را برای مخاطبان ارائه کند. پنتاگون پس از پرداخت ده ها میلیون دلار به یک مؤسسه خصوصی پیمانکار طرف قرارداد خود در بخش ارائه تبلیغات حامی امریکا می کوشد با انجام دو تحقیق و بررسی مختلف، عملکرد این مؤسسه پیمانکار را ارزیابی کند.

احمد ماهر، وزیر خارجه اسبق دولت مصر در ماه آوریل گذشته چنین گفته بود: «در یک نمای گسترده از وضعیت کنونی خاورمیانه، درمی یابیم که مشکل نیروهای نظامی ایالات متحده امریکا در دنیای اسلام و عرب را نمی توان با استفاده از تجربه های روابط عمومی برطرف کرد. تنها راه حل این

مسئله را باید در تغییرات گسترده در سیاست ها و مواضع امریکا پی¬گیری کرد».

به طور کلی، بایـد گفت تبلیغات امریکایی در عراق و خاورمیانه در هر چهار ترفنـد خود به ویژه در بخش ارائه اعتبار به رسانه ها، ناکام بوده است. (۱)

۱- www.Commondreams.org، سیاحت غرب، شماره ۴۸.

...

ارزش خون

اشاره

شورای سردبیری «مدیالنز» (۱)

چکیده

در همه خاطرات منتشر شده کهنه سربازان امریکایی حاضر در جنگ ویتنام، یک نکته به چشم می خورد: پشیمانی از کشتن زنان و کودکان و مردان بی گناه. چرا رسانه های غربی برای سربازان کشته شده خود در برابر مبارزان ویتنامی، افغان یا حزب الله ارزش بیشتری قائلند؟ چرا رسانه ها و دولت های غربی همچنان با ساخت فیلم ها و بازی های جنگی، خشونت را ترویج می کنند؟ نویسندگان این مقاله با بررسی موضع گیری مسئولان دولت های غربی و رسانه های به ظاهر مستقل این کشورها نشان می دهند که باید خون غربی ها را از خون دیگر مردم دنیا، سرخ تر و با ارزش تر دانست.

به باور نویسندگان این مقاله، همه افراد باید با روش های گوناگون، اعتراض خود را به این وضعیت نشان دهند؛ چون هر گونه بی اعتنایی، به معنای همراهی با سیاست های حاکمان خواهد بود.

«نقش ما در ویتنام، کشتن افراد بود. تا زمانی که من برای اولین بار مجروح شدم (۲ یا ۳ ماه پس از آغاز مأموریتم)، من مستقیماً مسئول مرگ صدها نفر بودم و امروز و هر روز، چهره های آن مردگان را در برابر چشمان خویش می بینم.» این جمله ها، یادداشت هایی است که کلود آنشین توماس در مورد نقش خود به عنوان سرگروه سرنشینان بالگردهای تهاجمی امریکا در

۱- سایت تحلیل رسانه در انگلستان.

جنگ ویتنام نگاشته است. آقای توماس در ادامه خاطراتش به یکی از حوادث اتفاق افتاده در آن دوره اشاره می کند: «ما در یکی از مأموریت های خود، به همراه یک گروه آتش باری پرحجم، پرواز کردیم... پس از رسیدن به روستای موردنظر، به آنها شلیک و کل روستا را نابود کردیم. این کشتار، یک جلادی و کاملاً بی رحمانه بود. در آنجا هیچ چیزی نبود که دشمن ارتش ما به حساب آید. ما به سوی هر موجود زنده ای شلیک می کردیم. مردان، زنان، بچه ها، گاومیش ها، سگ ها و جوجه ها. ما این کشتارها را بدون هیچ احساس و تفکری انجام می دادیم. ما هیچ اندوهی از کارهای خود نداشتیم. ما ساختمان ها، درخت ها، واگن ها و سبدها و هر چیز دیگر را نابود کردیم. وقتی ما کار خود را تمام کردیم، آنچه باقی ماند، بدن های از بین رفته، آتش و دود بود و همه این اتفاقات مثل یک رؤیا بود. ما اصلاً احساس واقعی بودن نمی کردیم. اینک دریافته ایم که همه کارهای ما واقعی بوده است».

توماسدر کتابش می نویسد: «کسانی که در جنگ حضور مستقیم نداشته اند، نمی توانند خود را از جنگ جویان حاضر در ویتنام جدا کنند؛ چون همه ما در قبال آن فاجعه مسئولیم. جنگ، اتفاقی نیست که بتوان از زیر بار مسئولیت آن شانه خالی کرد».

آنچه در این کتاب در مورد فرهنگ خویش می خوانیم، با این پرسش ادامه می یابد: «با توجه به اینکه ما در دنیای مجازی و واقعی همچنان با خشونت دست و پنجه نرم می کنیم و در دی وی دی ها و شبکه های پخش فیلم های سینمایی، به راحتی، صحنه های کشتار و قتل عام به نمایش درمی آید؛ آیا اصولاً ما تمایلی به پایان دادن به خشونت داریم؟»

جورج گالووی، یکی از نمایندگان مجلس، چندی پیش به یکی از مصاحبه گران شبکه اسکای نیوز چنین گفته بود: «شما هیچ انتقادی نمی کنید.

شما حتی چیزی در مورد خانواده های فلسطینی نمی دانید. شما حتی نمی دانید آیا آنان وجود دارند یا خیر...؛ چون شما ـ چه بخواهید و چه نخواهید ـ معتقدید خون اسراییلی ها از خون لبنانی ها و فلسطینی ها، رنگین تر است. این حقیقت ماجراست؛ حقیقتی که البته تماشاگران نکته سنج شما از آن آگاهند».

آیا در این شرایط، روزنامه نگاران نیز خود را به عنوان ابزار قتل عام های دولت ها می بینند؟ از این دیدگاه، آنان به عنوان عاملان بی خبر از همه جای یک فاجعه به شمار می روند.توجه داشته باشید که رسانه های ما، به سادگی، تجاوز گسترده نظامی ارتش اسراییل را در پاسخ به یک گروگان گیری یک گروه شبه نظامی نادیده می گیرند.

متفکر و نویسنده نامدار معاصر ما، نوام چامسکی معتقد است با توجه به تغییرات فاجعه آمیز وقایع روی داده در عراق، به نظر می رسد ونزوئلا ممکن است هدف بعدی دو کشور ایالات متحده و انگلستان برای مداخله های بشردوستانه شان باشد. در این میان، چه کسی می تواند این حقیقت را انکار کند که مطبوعات ما، انباشته از مطالبی است که در آنها عنوان می شود، مداخله نظامی، تنها راه نجات مردم ونزوئلا از دیکتاتوری کنونی حاکم است. این ایده، هنوز به صورت گسترده در میان عموم مردم منتشر نشده است، ولی بدون تردید، در سایه تبلیغات گسترده احتمالی ماشین تبلیغات روانی دولت های غربی، ایده این حمله در زمانی کوتاه در سراسر دنیا همه گیر خواهد شد.

یک نبرد بنیادین

تونی بلراظهار داشته بود «آنچه امروزه در خاورمیانه و افغانستان و دیگر نقاط دنیا می گذرد، آغاز یک نبرد در حوزه ارزش هایی است که آینده ما را شکل

خواهد داد. وضعیت امروز، نبردی بین دو جبهه ای است که من از آن دو به عنوان «اسلام ستیزه جو» و «اسلام مدرن و پیشرو» یاد می کنم؛ هرچند تأثیرات این نبرد بنیادین در آینده، بسیار گسترده تر خواهد بود.» البته در دنیای واقعی، این جنگ، جنگی بنیادین نیست، بلکه زد و خوردهایی سیاسی است.

همان گونه که کلود آنشین، کهنه سرباز جنگ ویتنام اظهار می کند، ما نباید خشونت را تنها به خلبانان هواپیماهای بمب افکن یا سربازان مسلح محدود کنیم، بلکه همه حامیان جنگ و حتی افراد بی اعتنا هم در مقابل این زد و خوردها، مسئولند. به علت یک جانبه گرایی رسانه هاست که سال های متمادی، جنگ ها در نقاط مختلف دنیا همچنان ادامه دارد و حتی از آنها حمایت می شود.

مثلاً در جنگ اخیر لبنان، ناتوانی دیپلمات های حاضر در کنفرانس صلح رم از موضع گیری صریح در مورد صلح، در عمل، چراغ سبزی به ارتش اسراییلبرای تداوم جنگ بود.

در همان روزها، وزیر دادگستری اسراییل، هایم رامونچنین گفته بود: «ما دیروز و در جریان کنفرانس رم این اجازه را از دنیا دریافت کردیم که عملیات نظامی خود را تداوم بخشیم... امروزه همه کسانی که در جنوب لبنان ساکنند، تروریست هایی هستند که به نوعی به حزب الله وابسته اند.»البته سه روز بعد از این اظهارات، ۲۸ نفر از این تروریست ها شامل ۱۶ کودک، در بیمارستان قانا قتل عام شدند.

آن سوی پرده تبلیغات

در هفتم آگوست، شبکه بی.بی.سی در برنامه «نیوزنایت» و با موضوع قدرت تبلیغات روانی، بر دست کاری و تحریف عکس های مربوط به حمله اسراییل

ص: ۷۵

به بیروت تمرکز کرده بود. در عکس های منتشر شده، تنها شاهد بمباران های مناطق مختلف شهر به وجود آمده بودیم، نه ویرانی ها و دود گسترده. آیا تصویر های بدن های کودکان کشته شده قانا که شبکه تلویزیون [المنار، وابسته به] حزب الله لبنان پخش کرد، ساختگی بودند؟

نکته مهم دیگری نیز که بررسی نشده، این است که ارزش اخلاقی انتشار بدبینی و تحریف اخبار مربوط به فاجعه روی داده در لبنان چیست؟ از دیدگاه اخلاقی، آیا کودکان قتل عام شده در قانا باید نادیده گرفته شوند؟ آیا هیچ کس به خود اجازه می دهد این سؤال را بپرسد که چرا گازهای رنگی خارج شده از بدنه دومین هواپیمایی که به برج های مرکز تجارت جهانی WTCدر ۱۱ سپتامبر برخورد کرد، برای افزایش جاذبه تصویری، با استفاده از دست کاری رایانه ای، پررنگ تر و گسترده تر نشان داده شد؟ آیا روزنامه نگاران ما تاکنون در مورد موضوع های حیاتی نظیر ضرورت شکل گیری یک شبکه تلویزیونی ملی یا دلایل بی توجهی دولت به این موضوع یا تبعیض های موجود در کشور، اقدامی از خود نشان داده اند؟ پاسخ همه این پرسش ها را باید در ارزش خون جست وجو کرد.

رسانه ها هیچ گاه به تلفات و خسارت های انسانی وارد شده بر نیروهای حزب الله اشاره ای نمی کنند، ولی در برابر کشته شدن یک سرباز اسراییلی یا انگلیسی، تبلیغات و هیاهوی زیادی به پا می کنند. روشن است که رسانه های ما، برای سربازان یک طرف نبرد، ارزشی بیشتر قائلند. به همین دلیل، از شبه نظامیان لبنانی به عنوان «عقرب» یا «بنیادگرایان» و نه یک حزب سیاسی قدرتمند و پرطرفدار یاد می شود. روشن است که این رسانه ها، اهداف پنهانی را دنبال می کنند و خواهان نقش آفرینی در این معرکه اند.

ص: ۷۶

در یکی از روزهـای اشـغال عراق در مـاه گذشـته، شـبکه بی.بی.سـی گزارش کرد که چهـار سـرباز امریکایی پس از نوشـیدن ویسـکی و بازی گلف در یکی از ایسـتگاه های بازرسـی جنوب شـهر بغـداد، در حال گشت زنی بوده اند. یکی از آنان به نام استیون گرین به دوسـتانش گفت که می خواهـد به خانه یکی از عراقی ها برود و چند عراقی را بکشد. گزارشـگر بی.بی.سـی می افزاید: «آن چهار سـرباز به خانه ای در بیست متری ایسـتگاه رفته و والدین و یک دختر پنج ساله خانواده را در اتاق خواب زنـدانی کردنـد، ولی دختر بزرگ تر خانواده را در اتاق نشـیمن نگاه داشـتند. دو سـرباز تصـمیم گرفتند که به دختر بزرگ تر تجاوز کنند. خبرنگار شبکه، به شنیدن صدای تیراندازی از اتاق خواب اشاره می کند و لحظاتی بعد، سرباز گرین در حالی که فریاد می زد: «همه آنان کشـته شدنـد؛ من همه آنها را کشـتم»، از اتاق خواب خانه بیرون آمد». به گزارش بی.بی.سـی، سـرباز گرین هم به دختر بزرگ تر خانه تجاوز کرد و سـپس به سوی سر دختر شلیک کرد. آن گاه روی بدن آن دختر بنزین ریختند و او را به آتش کشیدند.

چه کسـی مسـئول این وحشـی گری هـاست؟ آیـا بایـد انسـان هایی بی گناه، قربانی حمله ای نظامی با دلایلی احمقانه شونـد؟ همچنین افرادی که در اتاق های دارای تهویه مطبوع نشسـته و این سـربازان را به عراق گسـیل داشـته انـد، اگر این گونه شاهد کشتار دوستان نزدیک خود بودند، چه احساسی داشتند؟

در این میان، شـبکه بی.بی.سـی چه نقشی برعهده دارد؟ البته خبرنگاران این شبکه، مسئول تجاوز و قتل دختر چهارده ساله آن خـانواده عراقی نیسـتند، ولی آنان شـرایطی را به وجود آورده انـد که این خشونت ها در عراق روی دهـد. بی تردیـد، آنان در مسئولیت این جنایت ها، هم تراز با سربازان امریکایی،

ص: ۷۷

شریکنـد. البته این موضوع برای خبرنگارانی که در دفترهای لنـدن، بر روی صـندلی هایشان لم داده انـد، پذیرفتنی نیست، ولی این یک واقعیت است.

اتکـای رسـانه هـای امروز بر عبارت هایی نظیر: «ما، خانواده ما، نیروهای نظامی ما و قربانیان شـهروند ما»، همه و همه به معنای قرار دادن دیگر زنان و مردان و کودکان دنیا، در مرتبه ای نازل و بی اهمیت است که در دایره توجه ما قرار ندارنـد. به احتمال زیاد، آنان بایـد بمباران شونـد، هدف تیراندازی قرار گیرند، خاکستر شوند، به آنها تجاوز شود یا کشـته شوند تا نیازهای ما به گونه ای تأمین گردد. این واقعیت در دنیای امروز، برای بسیاری از ما به ویژه دست اندرکاران رسانه ها روی می دهد.

البته در شرایط کنونی نیز می توان کارهای مهمی انجام داد. مثلاً می توانیم از رهبران جنگ طلبی نظیر تونی بلر حمایت نکنیم. می توانیم از رسـانه هـای جنـگ طلب و خشونت جو نیز حمایت نکنیم.ما می توانیم حس همکاری و همـدلی را در میان مردم کشور و در دنیـای خود تقویت کنیم و بپـذیریم که همه خون هـا و آسـیب ها و زخمی های دنیا، با هم برابرنـد. به علاوه، هیچ کس نباید تنها در جهت منافع خویش حرکت کند.

بـدین ترتیب، اگر همه به وظـایف اصـلی خود عمـل و رسانه ها و ماشـین های تبلیغات دنیا نیز که با دست کاری، مسـئولیت نا پـذیری و بی اعتنـایی در قبال مسائل جهانی رفتار می کننـد، به وظایف واقعی خود عمل کننـد، دنیای فردای ما، ایمن تر و بهتر خواهد بود. (۱)

ص: ۷۸

۱- www.medialens.org، سیاحت غرب، شماره ۴۶.

دروغ هر چه بزرگ تر باشد...

اشاره

دومینیک ویدال (۱)

چکیده

تهاجم اسراییل به غزه، از جنبه های بسیاری،جنگ لبنان در تابستان ۲۰۰۶ را به یاد می آورد. پیداست که گویا رهبران اسراییل درس هایی از آن گرفته باشند. البته این عبرت ها شامل استراتژی نمی شود؛ زیرا آنان می بایست با در پیش گرفتن آنچه آن را «تصمیم دردناک» می خوانند ــ و در واقع، چیز دیگری جز اجرای ساده حقوق بین الملل نیست ــ صلح پایداری را با همسایگانشان پایه ریزی کنند. در عوض، مسئولان اسراییلی از ارتکاب دوباره خطاهای مشابه نظامی و نیز در زمینه اطلاع رسانی و ارتباطات خودداری کردند. به محاصره نظامی غزه از درون و ممنوعیت ورود به غزه که تماشاگران تلویزیون را از دسترسی به تصویر های این سرزمین مصیبت دیده محروم کرد، تبلیغات همه جانبه ای از خارج نیز افزوده شد.

هفته نامه انگلیسی ابزرورفاش می سازد که «برای تحت تأثیر قرار دادن رسانه ها، مدیریت جدید اطلاعات ایجاد شد و با توفیق خاصی هم به کار پرداخت. هنگامی که تهاجم آغاز شد، انبوهی از دیپلمات ها، گروه های فشار، وبلاگ نویس ها و دیگر طرفداران اسراییل به انتشار یک سلسله پیام پرداختند که با موشکافی تدارک دیده شده بودند.» دان گیلرمن، سفیر پیشین اسراییل در سازمان ملل،همه کاره این کارزار بود.او تأیید می کند که «هرگز ندیده بودم وزارت امورخارجه، وزارت دفاع، دفتر نخست وزیری، پلیس و ارتش با چنین کارآمدی کار کنند».

ص: ۷۹

۱- Dominique Vidal، خبرنگار و عضو هیئت تحریریه لوموند دیپلماتیک.

دفاع از خود

«دفاع از خود»، واژه ای کلیدی است. طرفداران بی قید و شرط اسراییل پشت سرهم تکرارمی کنند که هیچ دولتی نمی پذیرد دست روی دست بگذارد و از پاییز سال ۲۰۰۰، مردم کشورش را به حال خود رها کند تا در وحشت پرتاب موشک های بیگانه زندگی کنند. باید اشاره شود که در آن هنگام، ارتش اسراییل هنوز در غزه حضور داشت. بدون تردید، هر حکومتی با چنین وضعی روبه رو شود، واکنش نشان خواهد داد، ولی چگونه؟ با راه انداختن جنگی بسیار مرگ بار تر یا با گفت وگو برای پایان بخشیدن به نبرد ها؟ شصت و یک سال است که اسراییل با تأکید بر اینکه «چاره دیگری ندارد»، وارد جنگ می شود. این ادعا به کلی خلاف حقیقت است. مگر فلسطینی ها از سال ۱۹۸۸، همسایه اشغالگر خود را به رسمیت نشناختند؟ مگر جهان عرب در سال ۲۰۰۲، دست به سوی او دراز نکرد؟ نباید از یاد برد که اگر اسراییلی ها حق دفاع از خود را دارند، فلسطینی ها نیز دارای چنین حقی هستند... .

گسست

سخنگویان، دیپلمات ها و روزنامه نگاران از تل آویو، پی در پی تکرار می کردند که گروه حماس، آتش بس را نقض کرده است و فراموش کردند که بنا به اعتراف شخص ایهود باراک، عملیات «سرب سخت شده» را از شش ماه پیش تدارک می دیدند. کسی انکار نمی کند که تا پایان اکتبر ۲۰۰۸، رزمندگان اسلام گرا تیراندازی را متوقف کرده بودند؛ امری که حتی وزارت امور خارجه اسراییل در سایت اینترنتی خود آن را تأیید می کند. با این همه، در ماه نوامبر پرتاب راکت از سر گرفته شد. در بیشتر موارد هم، دلیل آن را عامدانه فراموش می کنند. ارتش اسراییل در روز چهارم نوامبر ۲۰۰۸، درعملیاتی

نظامی، شش رزمنده حماس را به قتل رساند و حماس این عمل را تلافی کرد. نکته دیگری که به ندرت به آن اشاره شد، این است کهآتش بس می بایست با پایان محاصره باریکه غزه و گشایش مرزها همراه باشد که اسراییل هرگز آن را نپذیرفت. حتی بدتر از آن، در این ماه، محاصره اقتصادی کم و بیش به صورتی کامل به اجرا در آمد؛ به شکلی که حتی پیش از تهاجم، ۸۰ درصد جمعیت غزه به طور مستقیم به کمک های غذایی سازمان ملل وابسته بودند، با حمله اسراییل، حتی آب، مازوت، برق و غذای های حیاتی نایاب شد.

محاصره

در واقع، باید تا ژانویه ۲۰۰۶ به عقب برگردیم؛چون انتخابات عمومی بنا به اراده گروه چهارجانبه «کوارتت خاورمیانه» برگزار شد و بیش از نهصد ناظر بین المللی بر آن نظارت کردند. در این انتخابات، حماس اکثریت آرا را به دست آورد. منطق حکم می کرد که اسراییل با پذیرفتن واقعیت، نخست وزیر جدید را به عنوان مخاطب خود به رسمیت شناسد. تل آویو نه تنها حکومت فلسطین را بایکوت کرد، بلکه امریکا و اتحادیه اروپا نیز بنا به خواست اسراییل چنین کردند و بهانه آن را رفتار حماس در به رسمیت نشناختن اسراییلاعلام کردند. هنگامی که حکومت وحدت ملی حماس ـ الفتح در ماه مارس ۲۰۰۷ تشکیل شد، این محاصره همچنان ادامه یافت، در حالی که برنامه این حکومت، ایجاد دولت فلسطین بر روی سرزمین اشغال شده در سال ۱۹۶۷ بود. پس از آن نیز حماس این رویکرد را چندین بار تکرار کرده است.

بی تناسبی

بن درووریمینیدر تارنمای وزارت امور خارجه اسراییل می نویسد: «چند تن از عیب جویان اسراییل نوشته اند که در قبال مرگ هر اسراییلی، صد فلسطینی کشته شده اند. معروف است که نیمی از حقیقت، بدتر از دروغ است. در اینجا حتی با نیمی از حقیقت نیز سر و کار نداریم؛ این، یک فریب است. در واقع، نکته اصلی در مسئله پرتاب موشک، به سوی غیرنظامیان آن هم در طول ماه ها و سال های متمادی، شمار کشته شدگان نیست.» حتی اگر او از ابراز ترحمی بسیار معمولی پرهیز می کند، آندره گلوکسمناسراییلیدست کم می توانست بر این ارقام صحه بگذارد: «در مدت سه سال، از زمان تخلیه نوار غزه توسط اسراییل تا شروع جنگ جدید، موشک های قسام موجب مرگ یازدهاسراییلی شده اند، در حالی که در همین فاصله زمانی، اسراییلهزار و هفتصد فلسطینی را کشته که باید هزار و سیصد قربانی عملیات «سرب سخت شده» را نیز بر آن افزود؛ تلفات اسراییل در این جنگ،سیزده نفر بود». آوی شلائیمتاریخ نگار هم می نویسد: «حکم توراتی «چشم در برابر چشم»،بی رحمانه است، ولی تهاجم دیوانه وار اسراییل به غزه، گویا از منطق یک چشم در برابر یک ابرو پیروی می کند».

توازن

بیشتر تلویزیون های فرانسه که نسبت به رعایت مو به موی توازن نگران بودند و شاید هم مایل نبودند رئیس جمهوری را به خشم آورند، تصویر های غیرنظامیان اسراییلی را که در شهر سدروت به سوی پناهگاه های زیرزمینی فرار می کردند، با تصویر های شهروندان فلسطینی زیر آتش بمب افکن های اف ۱۶ و تانک ها، به صورت یک در میان پخش می کردند. درست است که

هدف گیری غیرنظامیان، جوهر تروریسم به شمار می رود یا دست کم، ناقض فاحش کنوانسیون ژنو است، ولی آیا می توان خرابی چند خانه به وسیله موشک های دست ساز را با ویران کردن مدرسه ها، بمباران بیمارستان ها و به آتش کشیدن ذخیره غذایی با بمب و توپ های مدرن، یکسان قلمداد کرد؟

نفرت

تزیپی لیونی، وزیر خارجه اسراییل، همیشه با احساسات و با وقاحت، از اوج گیری «نفرت از اسراییل» ابراز تأسف می کند. باید پرسید چه کسانی تخم نفرت را کاشته اند؟ آیا باید از خشمی که دیدن بدن های متلاشی شده زنان، کودکان و سالمندان علیه رهبران اسراییل بر می انگیزد و حتی علیه کل اسراییلی ها، به حیرت افتاد؟ مگر جز این است که اکثریت آنان از عملیات نظامی حمایت کردند. بدون تأیید این انحراف که بر اصل مسئولیت جمعی تکیه می کند _ که حتی شامل حال آلمانی ها نیز نشد _ چگونه می توان در ریشه عوامل بروز این نفرت تأمل نکرد؟ یوری آونری، سالمندترین صلح طلب اسراییلی، به خوبی متوجه این پدیده است که می گوید: «آنچه در وجدان های جهانیان با آهن گداخته حک خواهد شد، چهره اسراییل، به عنوان غولی خون خوار، آماده ارتکاب جنایات جنگی در هر لحظه و ناتوان از احترام به قید وبندهای اخلاقی است. این امر بر آینده ما در درازمدت، بر وجهه ما در جهان و بخت ما در رسیدن به صلح و آرامش تأثیرهای زیان باری خواهد گذاشت».

فرقه گرایی مذهبی

احساساتی که این وحشت ها برمی انگیزاند، علاوه بر اسراییل، گریبان یهودیان را نیز می گیرد. البته نمی توان این انحرافات را توجیه کرد. فرانسویان متعلق به

مـذهب و فرهنـگ یهودی، در جنـایت های ارتش اسـراییل همان قـدر مسـئولیت دارنـد که فرانسویان مسـلمان در جنایت های القاعده. از سوی دیگر، چه کسـی را می توان تنها به یک بعد مذهبی یا فرهنگی از هویتش کاهش داد؟ البته شایسـته است که رهبران فرقه های مـذهبی نیز به فرقه گرایی دامن نزنند. رویه ریشار پراسـکیه، رئیس شورای نمایندگی نهادهای یهودی فرانسـه (کریف) بسـیار متناقض است. از یک سو، او برای «سـرایتنکردن نزاع خاورمیانه به فرانسه» فراخوان می دهد و هم زمان بر «هم بسـتگی بدون قید و شـرطش» با سـیاست اسـراییل تأکید می کند. البته پیش از آن نیز می گوید که «۹۵ درصد جامعه یهودیان فرانسه با سیاست اسراییل و عملیات ارتش آن کشور هماهنگی دارند».

صلح

اسـراییل مـدعی است در جهت صـلح حرکت می کنـد. به این صورت که این دولت، بـا وارد آوردن ضـربه کـاری بر حماس، صلح با «میانه روها» را تسهیل می کند. این تحلیل هرگز قانع کننده نیست. حتی اگر عملیات «سرب سخت شده» از نظر نظامی، جنبش اسـلام گرا را تضـعیف می کنـد، ولی از نظر سیاسـی، این جنبش را نه تنها در فلسـطین، بلکه در منطقه تقویت می کند. نظیر حزب الله در سـال ۲۰۰۶، مقـاومت حماس در مقابل اسـراییل، این جریان را تا حـدّ قهرمان در جهان عربی ــ اسـلامی بالا آورد. از سوی دیگر، اگر ایهود اولمرت و وزیرانش،لیونی و ایهود بـاراک خواهان مـذاکره صـمیمانه با تشـکیلات خودگردان فلسـطین بودنـد، چرا به وعـده هـای اجلاس آناپولیس در نوامبر ۲۰۰۷ ترتیب اثر ندادنـد؟ می دانیم که پاسـگاه هـای بازرسـی (چک پوینت ها) برچیده نشده اند، مستعمره سازی ها متوقف نشده و همچنین کشتارهای هدفمند ادامه یافته است.

ص: ۸۴

در نتیجه جنگ غزه، حماس تحکیم بیشتری یافته و تشکیلات خودگردان فلسطین بی اعتبار شده است. به یقین، هدف استراتژی اسراییل هم همین بود. هدف، یک بار دیگر، به تعویق انداختن تشکیل دولت فلسطین و بلکه حتی امکان ناپذیر ساختن قطعی آن بود. (۱)

ص: ۸۵

۱- www.ir.mondediplo.com، سیاحت غرب، شماره ۶۹.

...

چرا یهودیان از عمل اشغالگرانه اسراییل به خشم نمی آیند؟

آنتونی لونشتاین (۱)

چکیده

برنامه هماهنگ رسانه های اصلی غربی برای پنهان نگه داشتن اقدامات غیرانسانی اسراییل با فلسطینی های ساکن، در نوار غزه و کرانه غربی از چشم تمام مردم امریکا به ویژه یهودیان امریکایی، هدف دامنه داری است که دنبال می کنند. به این ترتیب، در فضایی که رنج های فلسطینی ها در رسانه های غربی هرگز بازتاب داده نمی شود، معتبرترین منابع برای اطلاع از این رویدادها، سایت ها و وبلاگ های مستقل از جریان رسانه ای اصلی است که بنا به دلایل انسان دوستانه و فارغ از یهودی بودن گردانندگان خود این سایت ها، به این موضوع می پردازند. مطلب زیر، نمونه ای از این دست مطالب است که علاوه بر تلاش برای روشنگری در جامعه یهودی امریکایی، می کوشد دیگران را نیز به در پیش گرفتن چنین رویه ای برای آگاه کردن یهودیان امریکایی از واقعیت های جاری در مناطق اشغالی تشویق کند.

در کنفرانس «آیپک» در واشنگتن، مدیر اجرایی این گروه، هاوارد کوهر افزون بر شرکت کنندگان در این کنفرانس هشدار داد که جنبش جهانی برای «مشروعیت زدایی از اسراییل» در حال قدرتمند شدن است.

وی گفت: «این صداها در حال زمینه سازی برای اعلام دست کشیدن از اسراییل هستند». دوران باراك اوباما، مهار موج جهانی عدم آرامش یهودیان

ص: ۸۶

۱- Antony Loewenstein، روزنامه نگار مستقر در نیویورك و نویسنده کتاب مسئله اسراییل من.

بر سر آینده اسراییل و رابطه «دیاسپورا» با کشور یهودی خودخوانده را دامن زده است. این مباحثه ای است که مدت هاست به تأخیر افتاده است.

توانایی چندین دهه ای گروه های صـهیونیستی برای قربانی جلوه دادن اسـراییل در نگاه مردم، در حال ترک برداشتن است. از این رو، منتقـدان محکوم کننـده، به یک شـیوه کنترل کلیدی تبدیل شده اند. گلن گرینوالد از «سالن دات کام» که یک بلاگر یهودی ـ امریکـایی پیشـرو است، می نویسـد: «اگر چه این تاکتیک های کثیف، زمانی ترس را در دل افراد بسـیاری دامن می زد، اکنون این تاکتیک ها فقط ترحم انسان را برمی انگیزانند. آنها دیگر کارکردی ندارند».

شایـد او بیش از انـدازه، خوش بین باشـد، ولی صـداهای بدیلی در میان یهودیان در حال برخاسـتن است که کمتر نگران متهم شدن به «خودانزجاری» یا خیانت هستند. آنها این کار را وظیفه خود برای محکوم کردن آنچه اشتباه است می دانند، نهحمایت صرف از سیاست های دولت اسـراییل. یک یهودیت اندیشمندتر و روشنگرانه تر در حال ظهور است؛ یک ضرورت در مقابل واقعیت هـای آپارتایـدی. نطق جدیـد اوبامـا در قـاهره، بازتـاب خودآگاهی جدیـد یهودیان بود. بی شک، یهودیان امریکایی، مخاطب این سخنان بودند، به این دلیل که این گروه که باید سخن گویان محافظه کارشان را به دلیل کم کاری آنها به چالش بکشـد، سـال ها دنباله روی تفکر «لیکود»ی بوده انـد. اوباما در مقام کاندیـدای ریاست جمهوری و سـناتور ایالت ایلی نویز در سال ۲۰۰۸ گفت: «بین اجتماعـات حـامی اسـراییل این نگرانی وجود دارد که می گویـد، تـا وقـتی که بر اسـاس یـک رویکرد نامتزلزل طرفدار لیکود نسبت به اسراییل، شما ضداسراییلی هستید، نمی توانید معیار سنجش دوستی ما با اسراییل باشید».

ص: ۸۷

بسیاری از یهودیان در «دیاسپورا» هیچ گاه چیز دیگری را تصور نمی کردند؛ این اسراییلی بود که برای چندین دهه در ذهن آنها تصور شده است. رفتار بی قانون در مناطق اشغالی از طریق تجاهل عامدانه، نادیده گرفته شده است. گفته می شود قابل اتکاترین اطلاعات درباره این حقایق در غرب را در شبکه اینترنت و از طریق بلاگ ها و وب سایت های فعالان این حوزه می توان یافت، نه در رسانه های جریان اصلی. تعریف کردن یک یهودیت انسانی در قرن بیست و یکم، به معنای محکوم کردن اشغال نظامی بی رحمانه کرانه غربی و اصرار بر محاصره جاری غزه است. بلاگر یهودی ــ امریکایی، فیل وایس که به تازگی از نوار غزه برگشته است، از قول یک جوان غزه ای نقل می کند که با هراس و اضطراب گفته است: «ما موش آزمایشگاهی شده ایم».

بعد از نطق اوباما در قاهره که کم و بیش، فلسطینی ها را بدون ذکر نام به رسمیت شناخت، بیشتر گروه های یهودی ــ امریکایی بزرگ، با احتیاط نسبت به آن واکنش نشان دادند. «اتحادیه ضد افترا» گفت که این ناامیدکننده بود که «آقای رئیس جمهور به دنبال ایجاد توازن بین رنج مردم یهودی در یک نسل کشی و رنج مردم فلسطینی در نتیجه جنگ های عربی باشد».

لابی لیبرال جی استریت که هنوز به توهم یک راه حل دو کشوری قابل اتکای معتبر و یک«سرزمین یهودی دموکراتیک» متمایل است، دیپلماسی فعال اوباما را ستود و ادعا کرد که «اکثریت قاطعی از یهودیان امریکایی از پایان بخشیدن به مستعمره سازی کرانه غربی حمایت می کنند».نظرخواهی های موافق حاکی از آن هستند که حق با آنهاست، ولی شر در ریزه کاری های موضوع نهفته است.آیا خواستی واقعی برای برداشتن گام هایی

به عقب، به ویژه برچیدن صدها هزار یهودی نشین در کرانه غربی وجود دارد؟

استفن والت، نویسنده کتاب لابی اسراییل به تازگی گفته است او نمی تواند درک کند چرا بیشتر یهودیان امریکایی متوجه پرتگاهی نمی شوند که اسراییل، شتابان به سوی آن می رود. آیا آنها نمی بینند که سرکوب در مناطق اشغالی، چه تعریفی از اسراییل در نگاه جهانیان به وجود آورده است؟ نطق بنجامین نتانیاهو در دانشگاه بارایلان» نشانه این بود که او نیز چنین نگرانی هایی ندارد. در راه پیمایی جدید «درود بر اسراییل» که در نیویورک برگزار شد، یک میلیون یهودی امریکایی برای گرامی داشت این کشور (اسراییل) حضور داشتند و پرچم هایی را در تحسین «آی.دی.اف» تکان دادند. این کاری به کلی اندوه آور بود. فلسطینی ها وجود ندارند، آنها نامرئی هستند. (بیایید فقط میلیون ها ساکن کرانه غربی و غزه را در نظر بگیریم).

این رویدادها در عمل، نشانه ای است از به نمایش گذاشتن ناامیدی، نه قدرت. صهیونیست های جریان اصلی می خواهند واقعیت های ناراحت کننده اشغال اسراییل و حق تعیین سرنوشت فلسطینی ها را به کلی از چشم یهودیان پنهان نگه دارند. با این حال، واقعیت ها به روشی ناراحت کننده، دوباره راه خود را به جلوی صحنه باز می کنند. (۱)

۱- www.alternet.org، سیاحت غرب، شماره ۷۳.

...

ماتریکس امریکایی

اشاره

روبرت پاری (۱)

چکیده

قلب واقعیت ها و ترسیم تصویرهای جعلی و ساختگی از حقایق، دستور کار مستمر و روزانه بسیاری از رسانه هایامریکایی است. دولت محافظه کار بوش با اتکا به چنین رسانه هاییمی تواند سیاست نظامی گری خود را در جهان به پیش ببرد. مردم امریکا به آنچه در پشت پرده می گذرد، بی توجه شده اند و علاوه بر آن، سرگرم تر و خسته تر از آن هستند که بتوانند واقعیت ها را دریابند.

«ماتریکس دوباره باردار شده»، یک قیاس جالب برای کسی است که می خواهد شکاف ایجاد شده بین واقعیت موجود و آنچه را امریکایی ها تصور می کنند واقعیت است، درک کند. واقعیت های مخدوش شده را به طور روزمره، از جلوی چشمان مردم می گذرانند، و این کار،بیشتر از طریق آنچه آنان در صفحه تلویزیون خود می بینند و می شنوند، صورت می گیرد. به دلیل این رویه نادرست، حقایق، دیگر ارزش خود را از دست داده اند و منطق به ندرت کاربرد دارد.

زندگی برخی از مردم در این «امریکن ماتریکس» [که کنایه از امریکاست] بهرفتار هنرپیشگان داخل فیلم ها می ماند. مردم نسبت به آنچه در

ص: ۹۰

۱- نام یک فیلم سینماییامریکایی است. . Robert Paary، روزنامه نگار کهنه کار آسوشیتدپرس، فارغ التحصیل دانشکده روزنامه نگاری، استاد دانشگاه نیویورک.

پشت پرده می گذرد،بی توجه هستند و علاوه بر آن، سرگرم تر و خسته تر از آنند که بتوانند واقعیت ها را دریابند.

برای مثال، بسیاری از امریکایی ها در عراق به قدری از وطن دوستی _ که تلویزیون درباره جنگ عراق دامن می زند _ لذت می برند که حاضر نیستند واقعیت (این لذت ها) مخدوش شود. در بحبوحه درگیری، مردم نسبت به اخباری که بدن های مُثله شده یا کودکان زخمی یا اسیرانامریکایی را نشان بدهد، اعتراض می کنند. پخش تصویرهایی از چهره زشت جنگ، اقدامی ضدملی یا چیزیتلقی می شود که به پشت کردن به «ارتش» دامن می زند. در امریکا، تنها از تصویر های مثبت استقبال می شود و اختلاف عقیده داشتن، تقریبا به منزله خیانت است.

اکنون، حتی در شرایطی که نیروهایامریکایی در عراق، در حال فرو غلتیدن به گرداب جنگ های چریکی هستند _ به گونه ای که حتی افراد بدبین هم آن را پیش بینی می کنند _ امریکایی ها همچنان از اعتمادشان به توانایی جورج دبلیو بوش در مقابله با این شرایط حرف می زنند. به هر حال، در نهاد برخی تحلیلگران نظامی نزدیک به دولت بوش، احساسات متفاوتی در حال شکل گیری است. یکی از آنها به تازگی به من گفت: «ما داریم به دست خودمان اعدام می شویم.» این در شرایطی است که امریکایی ها همچنان ترجیح می دهند نسبت به جنگ احساس خوبی داشته باشند. آنها می خواهند باور کنند حمله به عراق درست بوده است و در حقیقت،صدام حسین می خواست از سلاح های کشتار جمعی استفاده کند. کم و بیش همه امریکایی ها معتقدند این سلاح ها پیدا شده اند و به این موضوع توجه ندارند که دولت بوش جهانیان را گمراه کرده است.

ص: ۹۱

آزمایشگاه های جدال برانگیز

رسانه هـای خبریامریکـا ــ از فـاکس نیوز گرفته تـا نیویورک تایمز ــ در بخشـی از برنامه های خود به طور مکرر در بوق می کردنـد که شاید سـلاح ها کشف شده اند، فقط به این دلیل که از اهمیت خبرهای بعدی بکاهند. تنها مدرکی که اکنون بوش بدان اسـتناد می کند، عبارت است از کشف دو آزمایشـگاه سـیار که «سـیا» و سازمان اطلاعات دفاعی اصـرار دارند بگویند از آنهـا برای تولیـد سـلاح هـای میکروبی اسـتفاده می شـد. بوش با اشاره به آزمایشـگاه های سـیار اظهار داشت: «آنهایی که می گویند ما نتوانسـته ایم تکنولوژی های تولیدی ممنوعه یا سـلاح های ممنوعه را پیدا کنیم، در اشـتباه هستند؛ زیرا ما آنها را پیدا کردیم».

در این مورد بایـد گفت دولت بوش ــ که ماه ها پیوسـته اعلام می کرد اسـرار سـلاح های عراقی بایـد فاش شوند ــ به محض اینکه نیروهای امریکایی، دانشمندان مهم عراقیرا دستگیر و بازجویی کردند، دیگر به گفته های این دانشمندان علاقه ای ندارد. وقتی از دانشـمندان اسیر، در مورد این آزمایشگاه ها پرسیده شد، پاسخ دادند که از این آزمایشگاه ها جهت تولید «هیدروژن» برای دستگاه انژکتور آتش بالن های هواشناسی استفاده می شد.

تجزیه و تحلیـل سـیا، به جـای اعـتراف به حقـایق، به سـمت مسایـل بحث انگیز تغییر مسـیر داد. گزارش سـیا تأکیـد داشت این آزمایشگاه ها برای تولید هیدروژن، «ناکارآمد» هستند؛ زیرا ظرفیت آنها «بیشتر از دستگاه های تولیدکننده هیدروژن برای بالن های هواشناسـیاست». تحلیلگران سیا با دامن زدن به بحث ناکارآمدی، این نتیجه را گرفتند که تولید هیـدروژن می بایست یـک «داستان پوششی» باشد و «تولید سلاح های میکروبی، تنها هدف سازگار و منطقی برای این دستگاه هاست».

ص: ۹۲

در حقیقت، بوش و مشاورانش دریافته اند که آنها در سوءاستفاده هر چه بیشتر سیاسی و رسانه ای، با موانع اندکیروبه رو هستند. بوش با پشتوانه یک اتحاد نظامی ــ رسانه ای که هم در ایدئولوژی محافظه کاری با هم شریک هستند و هم از این همراهی، سود مالی می برند، دریافته است با خطریروبه رو نیست و هیچ چیزی بالاتر از تصورات و اظهارات او نیست. به نظر می رسد بسیاری از امریکایی ها نیز از روند دست کاری ذهن خود، لذت می برند.

سلاح بزرگ

دولت امریکا نسبت به این کنترل ذهنی، آن قدر مطمئن است که بوش جرئت کرد ساز و برگ نظامی به تن کند و در یک پرواز غیرضروری به سمت یک ناو هواپیمابر امریکا در اول ماه مه، پیروزی بر عراق را اعلام کند. ناو آبراهام لینکلنامریکا که ده ماه در دریا بود، در دیدرس بالگرد خبرنگاران قرار گرفت، ولی هنوز دید مناسب (برای فیلم برداری) لحظه فرود هواپیمای بوش ــ که لباس پرواز پوشیده بود ــ وجود نداشت. به همین دلیل، این ناو به آهستگی در اقیانوس آرام چرخ بیهوده ای زد تا زاویه مناسب برای فیلم برداری فراهم شود؛ اقدامی که سبب شد خدمه کشتی با تأخیر به خانه های خود بروند.

درباره این واقعیت که بوش با بهره گیری از نفوذ پدرش، از خدمت سربازی شانه خالی کرد، هیچ توضیحی داده نشده است. در «امریکن ماتریکس» نیز بعد از پایان هر ماجرایی، وجود ارتباط منطقی (بین عناصر ماجرا) ضرورتی ندارد. این یک حقیقت است که در امریکا، منطق به طور روزمره، با کمک تصویر و صدا پای مال می شود.

ص: ۹۳

بوش به کمک دستیارانش که از حقایق فراتر رفتند، تصویرهای دلخواه خود را از فرود هواپیمایش به دست آورد. بعدها مقاله ای در نیویورک تایمز فاش کرد که خود بوش در این ماجرا مشارکت داشته است و تصویربرداری راتیم حرفه ای کاخ سفید که اسکات اسفورزا، متخصص ارتباطات، رهبریمی کرد، طراحیکرده بود. اسفورزا کسی است که چند روز قبل از این ماجرا، روی عرشه (کشتی) حضور داشت. در این مقاله آمده بود که داستان سازی کذایی فرود بر عرشه کشتی، تنها یکی از صحنه های فیلم برداریسرشار از نمادهای ساختگی است که کاخ سفید آن را تهیه کرده است. با این حال، هم رسانه های تلویزیونی و هم مردم امریکا، نسبت به این موضوع که بوش از ناو آبراهام لینکلن و خدمه آن، به عنوان تبلیغات سیاسی استفاده کرده است، با بی اعتنایی گذشتند.

چگونه مردم امریکا به این وضعیت دچار شده اند؛ وضعیتی که در آن، بیشتر مردم اهمیتی نمی دهند که با حقه های آشکار و مضحک شست وشوی مغزی شوند؟ البته بخشی از پاسخ، به ضربه روحی وارد شده در ۱۱ سپتامبر برمی گردد؛ زمانی که ملت احساس قربانی شدن کرد و به این نتیجه رسید که «متحد باقی ماندن»، یک استراتژی درست است، حتی اگر معنی آن، دادن چک سفید برای انجام هر کاری به بوش باشد. در این صورت، بی ملاحظه بودن وی دیگر اهمیتی ندارد.

سلاح های کشتار جمعی عراق

با تغییر مأموریت سازمان اطلاعاتیامریکا در راستای جنگ علیه عراق، ماتریکس امریکایی پرورده تر شد. در همان گیرودار،سیمور هرش، گزارشگر تحقیقاتی، از یک گروه کوچک نومحافظه کاران پرده برداشت؛ گروهی که وی

آنها را «کی بل» (زمینه ساز) نامید و گفت که این گروه در دفتر طرح های ویژه پنتاگون مستقر شده است. در این زمان، سازمان جاسوسیامریکا، کار خود را درباره سلاح های کشتار جمعی عراق دوباره آغاز کرد تا به توجیه هجوم امریکا به این کشور کمک کند. هرش در مقاله ای در نیویورکر نوشت «کی بل» را پل ولفوویتز، معاون وزیر دفاع سازمان دهیکرده؛ کسی که معمار سیاست حمله پیش گیرانه بوش علیه دشمنان احتمالیامریکاست.

هرش به نقل از یک مشاور پنتاگون که از اقدامات «کی بل» حمایت می کرد، نوشت که دفتر طرح های ویژه بدین دلیل ایجاد شد که بتواند برای آنچه ولفوویتز و رییس وی،دونالد رامسفلد، وزیر دفاع، معتقد بودند که درست است، مدرک جمع کند. مثل این موضوع که صدام حسین ارتباط های نزدیکی با القاعده دارد و عراق زرادخانه بزرگی از سلاح های شیمیایی، میکروبی و شاید هم اتمی دارد؛ سلاح هایی که منطقه و به طور بالقوه، ایالات متحده امریکارا تهدید می کند.

هرش به علاوه، به نقل از یک مقام سابق اطلاعاتی دولت بوش نقل کرد: «آنها[اعضای«کی بل»] از اطلاعات «سیا» و دیگر دستگاه های اطلاعاتی، تنها تا آنجا استفادهمی کردند که منطبق با برنامه شان باشد» و به همین دلیل، وی کناره گیری کردهاست. هرش به خوبی دریافت که ولفوویتز و دیگر نومحافظه کاران کلیدی درپنتاگون، از مریدان فیلسوف معاصر سیاسی،لئواشتراوس هستند؛ کسی که معتقدبود در سیاستمداری، فریب دادن مردم در برخی موارد، ضروری است.

ان.بی.سی در طول جنگ، برنامه های خود را با سلام های نظامی احساسی به اجرا درآورد و عکس های نیم رخ سربازان امریکا را در حالتی که

«شـجاع ترین هایامریکا» خوانده می شدند، نشان می داد. این شـبکه همچنین شـیوه پخش «مدیسون اونیو» را در مورد جنگ به کـار گرفت و تصویرهایی از قهرمانی های سـربازان امریکایی و شادمانی عراقی ها را پخش کرد؛ تصاویری بـدون صـحنه های خون ریزی در بیمارستان ها و بچه های وحشت زده و مادران داغ دار. این شبکه ها چنین پیام هایی را پخش می کردند: «حلقه شجاعان» و «به جمع آزادی خواهان بپیوندید».

در روزهـای نخست جنـگ، از فتوحات سـربازان امریکایی و همچنین انتقام گرفتن سـریع آنها گزارش داده می شـد. وقتی که پیترآرنت، گزارشـگر قـدیمی جنـگ، به دقت، اظهـارات یـک مصـاحبه کننـده تلویزیون عراق را مبنی بر اینکه مقاومت ارتش عراق، شدیـدتر از چیزی بود که طراحان نظامیامریکا انتظار داشـته اند، پخش کرد، از طرف ان.بی.سـی هدف انتقادهای شدید قرار گرفت و او را از جمع ان.بی.سـی بیرون انداختنـد. به همـان انـدازه که رفتـار رسـانه هایامریکا، رذالت بار بود، ژورنالیسـم حرفه ای نیز هر جـا لازم بود،بـا دامن زدن به میهن پرستی وارد عمـل می شـد و در این مسـابقه در پی کسب رتبه بود. در این میان، ان.بی.سی در میان رسانه های خبریامریکا، مکان سوم را کسب کرد.

برخی از امریکـایی هـا برای کسـب اطلاعـات بیشـتر از جنـگ، از شـبکه هـای ین المللی بی.بی.سـی و سـی.ان.ان اسـتفاده می کردند، ولی تعداد زیادی از امریکایی ها هم آشکارا «احساسات مثبتی» نسبت به ملی گراییفاکس نیوز و ان.بی.سی داشتند. در این شـبکه ها، به جای آنکه حقایق پخش شود، بیشتر به تصویرهایی از سـربازان امریکایی اسـتناد می شد که کودکان لبخند به لب عراقی آنها را محاصره کرده بودند.

اگر همه قضایـای مربوط به جنگ عراق پوشـش داده می شـد، سـبب می شـد درباره قتل هزاران عراقی که بیشترشان کودکان بودند _ از جمله کودک

دوازده ساله ای که هر دو بـازوی خود و کل خانواده اش را به دلیل بمباران امریکایی ها از دست داد ــ قضاوت های اعتراض آمیزی صـورت گیرد. یـک پوشـش خـبری بی طرفـانه، این حقیقت را آشـکار می کرد که بسـیاری از عراقی هـا، بـا سـردی و خصومت نسـبت به نیروهایامریکایی واکنش نشان دادنـد و مقاومت کنونی عراقی ها، به طور متوسط، روزانه یک یا دو سـرباز امریکایی را قربانی می کند. (۱)

ص: ۹۷

۱- www.consortiumnews.com، سیاحت غرب، شماره ۸.

...

تبلیغات به شیوه هالیوود

اشاره

دَنی شِکْتِر (۱)

چکیده

پیوند بین سیاست با هنر و رسانه هایی که مدعی بی طرفی اند، از واقعیت های نه چندان درک ناشدنی جهان غرب است. کمپانی های رسانه ای و فیلم سازی برای نبردهای تجاوزکارانه دولت های غربی به ویژه امریکا، آتش تهیه اطلاعاتی و تبلیغی می ریزند و زمینه را برای پیروزی های نظامی فراهم می کنند. هالیوود از جمله مهم ترین کمپانی هاست که با قدرت و دولتمردان امریکا پیوندی مستحکم دارد و از آخرین محصولات هالیوود در این راستا می تواند از فیلم «دی.سی.۱۱/۹: لحظه بحران» نام برد.

در عصری که آرنولد شوارتزنگر هنرپیشه، پیوند میان دنیای فیلم و سیاست را در هیکل تنومند خود مجسم کرده است، رسانه های سرگرم کننده، یک بار دیگر قدرت نفوذشان را در آنچه می اندیشیم، به نمایش گذاشتند.

اگر به این موضوع توجه کنیم که همه شبکه های تلویزیونی در برنامه های مرتبط با دومین سالگرد ۱۱ سپتامبر، حقیقت حوادث را کم رنگ کرده اند، دیگر نمی توانیم بگوییم که توجه شدیدمان به یک فیلم تلویزیونی در همین زمان به کلی تصادفی است. در پشت پرده ساخت فیلمیبا عنوان «دی.سی.۱۱/۹: لحظه بحران»، داستانی نهفته است؛ فیلمی که جذاب ساخته

ص: ۹۸

۱- Danny Schechter، تهیه کننده، فیلم ساز و منتقد رسانه ای دارای دکترای افتخاری و استاد دانشگاه هاروارد.

شـده و به صورت موذیانه ای، القاکننـده درامی است که اوضاع و احوال روز هفتم سپتامبر، برای پخش آن انتخاب می شود و شبکه متعلق به شـرکت «ویاکام» آن را نمایش می دهد؛ شـرکتی که ام.تی.وی، کانال کمدی وی.اچ ـ۱، نایکلودون و چندین کانال دیگر را اداره می کند.

ویاکام علاوه بر سـتارگانی چون مادونا، راگ راتز و حتیلنی ریفن استال، آخرین ستاره برتر را نیز به ما معرفی می کند: جورج دبلیوبـوش، رئیس جمهـوری فیلمی که کـارل رو، ماکیـاولی خـانه زاد رئیس جمهوری آن را تولیـد کرده و در سـاخت آن، از لیونـل چـت واینــد، متملّق جمهـوری خـواه و نویســنده نمـایش نـامه و تولیدکننــده فیلـم کمـک گرفتـه شــده است. در این فیلم،اسـتارترک، کمـدینی که به دلیـل نقشـش به «اره» مشـهور است، بـازی می کنـد و کانـادا از آن حمایت مالیکرد. این فیلم حماسی طرفدار امریکا بدین دلیل در کانادا ساخته شد که به اتحادیه دستمزد پرداخت نشود.

این فیلم مبتنی بر فیلم «جی.اف.کی» [جان اف کندی]الیور اسـتون است.همان گونه که جست وخیز برای ترور وی سراسر فیلم را دربرمی گیرد و بـا دراماتیککردن فیلم، واقعیت های رسـمی مربوط به مرگ رئیس جمهوری به چالش کشـیدهمی شـد، در این فیلم تلویزیونی نیز برخی از همان تکنیک ها برای افسانه ای کردنزندگی رئیس جمهوری که در کاخ سـفید، زنده و حاضر است، اسـتفاده می شود.«جی.اف.کی»، به دلیـل تحریف تاریـخ به وسـیله هـالیوود، تقبیـح شـده است. آیا (فیلم)«جی.دبلیو.بی» [جورج دبلیوبوش] هم با همان سرزنش روبه رو خواهد شد؟ نبایدچنین بینداریم.

ساخت فیلم

ریچـارد وان بوسـاک، از هفتـه نـامه سیلیکان والی توضـیح داد که چطـور این فیلم سـاخته شـده است: «دی.سـی ۱۱/۹: لحظه بحران»، با صحنه حمله ها در

واشـنگتن دی.سـی به پنتاگون آغاز می شود و با سخنرانی جورج دبلیو بوش در روز ۲۰ سپتامبر درباره گرفتن انتقام، پایان می یابد. فیلمی که برخی با دیدن آن، درمی یابند که چطور صـحنه های مستند و نمایش های بعدی دراماتیک، به طرز ناشیانه ای با هم ترکیب شـده انـد. حمله ها واقعی به برج های دوقلو و پنتاگون با پروازهای دراماتیک بوش به اطراف و اکناف کشور در روز تعیین سرنوشت و نگرانی هایی که وی در هر جا انجام می دهد، با هم تنیده شده اند».افزون بر آن، او توضیح می دهد که «دی.سی ۱۱/۹: لحظه بحران»، نخستین فیلم غیرمسـتندی است که در چهـل سـال اخیر، این همه به رئیس جمهوری زمـان خود توجه می کند.

چت واینـد این اتهـام را رد می کنـد که فیلمش یـک کـار تبلیغـاتی است. او به واشـنگتن پست گفت: «این یـک کار تبلیغاتی نیسـت. ایـن دقیقـا یـک درام مبتنی بر اسـناد است. امیـدوارم آنچه در این فیلم ارایه می شـود، یـک تصـویر رنگی و ظریفی از بشریت در یک شرایط سخت باشد».

روزنـامه انگلیسـی ایندیپنـدنت چنین تفسـیر می کنـد: «این واقعیت که کـارگردانفیلم نورپردازی سوژه اش را به بهـترین شـکل انجـام می دهـد، نمی توانـد انگیزه بـوش را[در ورای چنیـن صـحنه پردازی هـایی] پنهـان کنـد. این فیلم، بخشـی از الگـوی در حـالظهوری است کـه در سـالگرد ۱۱ سـپتامبر، بـه عنـوان تبلیغـات سیاسـی برای دولـت بـوش بهره برداریمی شـود. در سـال جاری[۲۰۰۳] فیلم «دی.سی. ۱۱/۹» به موضوع بحث آزاد میان مردم تبـدیل خواهـد شـد. در سال آینـده، درست دو ماه قبل از انتخابات ریاست جمهوری، این موضوع در کنوانسیون ملی جمهوری خواهان درنیویورک به بحث گذاشته می شود».

در این فیلم و از زاویه ای که چت واینـد به بوش می نگرد، وی رهبری با چهرهبرافروخته و قدرتمند است. چت وایند به عنوان کسی که از بوش در

انتخابات حمایت مالی کرده است، به زودی به عناصر و جریانی پیوند خورد که کارشان مشابه خضوع اعضای حزب بعث در مقابل صدام است. او به تازگی جاروجنجال راهانداخت که «در وی[بوش] یک نوع حرارت، صداقت و قدرت را می بینید و این، چیزیاست که شما آن را در آن [فیلم] مشاهده می کنید.امریکایی ها بدان واقفند و اینهمان راز برتری های وی (نزد عامه) است».

شاید این سخن، درست باشد، ولی مورد پسند عامه بودن هر لحظه ممکن است دچار خدشه شود. این فیلم، سندی است که مقام خدایی برای رئیس جمهوری قائل می شود. تولید چنین فیلم صیقل داده ای، حاصل ارزیابی ذهنیت چه کسی است؟ چت واینـد بـا تولیـد این فیلم در کانـادا؛ یعنی یکی دیگر از کشورهای حامی بازار آزاد سرمایه داری، از اعانه های دولتی بهره مند شد. (۱)

۱- www.Alternet.org، سیاحت غرب، شماره ۷.

...

بازیگران به جای خبرنگاران

دیوید میلر (۱)

چکیده

تأسیس یک شبکه تلویزیونی خبری به ظاهر مستقل از سوی دولت انگلستان به نام BSIN بهانه ای شد که دیوید میلر به بررسی نقش دولت ها در تبلیغات روانی رسانه ای در دنیای امروز بپردازد. انتشار اخبار جعلی و دروغین و جهت دار، پخش مصاحبه های هدایت شده، پرداخت رشوه به روزنامه نگاران و خودداری از هرگونه انتقاد از دولت های متجاوز به استثنای چند انتقاد محدود، از ویژگی های این رسانه های وابسته به شمار می رود.

به دنبال افشای رسوایی های امریکا در خاورمیانه، کاخ سفید سرمایه گذاری های گسترده ای در بخش سازمان های رسانه ای و روابط عمومی برای تولید «اخبار دروغین» کرده است. در برنامه های تولیدی این مراکز، بازیگران به جای روزنامه نگاران، به ایفای نقش می پردازند. این اتفاق در عراق نیز در حال روی دادن است؛ جایی که به روزنامه ها برای پخش اخبار جهت دار، پول پرداخت می شود. البته اوضاع در کشور ما به نسبت ایالات متحده، کمی بهتر است. نخست وزیر ما (تونی بلر) در سال ۲۰۰۴ گفته بود: «ارزش هایی که اقدامات ما را در سراسر دنیا راهبری می کنند، همان ارزش های عدالت جویانه ای هستند که پیشرفت های کنونی کشور ما را رقم زده اند.» به هر

۱- David Miller، نویسنده و روزنامه نگار برجسته بریتانیایی و استاد جامعه شناسی دانشگاه «استراتکلید» انگلستان.

حـال، در سال ۲۰۰۲، دولت بریتانیـا، مخفیـانه یـک شـبکه تلویزیونی را برای پخش تبلیغات هم سو با سـیاست های خویش راه اندازی کرد که به نظر می رسد این کار، دنباله روی از دولت امریکا در انتشار اخبار جعلی و جهت دار به مخاطبان است.

در وب سـایت این شـبکه بی.اس.ان اعلام شـد «مـا یـک تلویزیـون آزادِ پخش اخبـار و گزارش هـای مختلـف برای مخاطبـان هستیم.» شبکه بی.اس.ان را شرکت Wirld Television تأسیس کرده است که فعالیت اصلی آن، ساخت و تولید فیلم های ویـدیویی و اخبـار جهت دار برای اَبَرشـرکت هـایی نظیر گلاسـکو اسـمیت کلین، بریتیش پترولیوم و نسـتله است. همچنین این شرکت در راه اندازی و مدیریت شـبکه تلویزیونی دولتی «به سوی آزادی» مشارکت می کند. شـبکه «به سوی آزادی»، پس از اشـغال عراق، برنـامه تبلیغـاتی نیروهـای ائتلاف را در راسـتای عملیـات روانی آنـان برای مردم این کشور به ویژه در سال های ۲۰۰۳ و ۲۰۰۴ پخش می کرد.

مـدیران دولتی بریتانیـا نیز بـا جهت دهی به مبـاحث و گفت وگوهـای سیاسـی شـبکه، در برنـامه هـایی با عنوان «روان شناسـی تروریسم» همراه با دیگر کارشـناسان دعوت شـده شـرکت می کنند. در همه این جلسه ها، هیچ گونه پرسشـی در مورد ماهیت اشغال عراق مطرح نمی شود. البته تعدادی از منتقدان، در صحبت های خود، انتقادهایی را نسبت به سیاست های ایالات متحده امریکا مطرح می کنند. در یک توجیه ناپذیرفتنی که این شـبکه در مورد اشـغال نظامی عراق از سوی انگلسـتان در سال ۱۹۲۰ ارائه داد، چنین می خوانیم: «برای اولین بـار نیست که یـک قـدرت خـارجی می خواهـد دولتی مـدرن و دموکرات و لیبرال در کشور عراق بنا کند؛ چون دولت بریتانیا در همین راستا، در سال های دهه بیست میلادی، اقداماتی را در کشور عراق

انجام داده بود. البته امروزه نیز ائتلاف نیروهای حاکم در عراق به رهبری ایالات متحده، نظیر اشغالگران سلطنتی ۸۵ سال پیش، به دنبال آن هستند که دولتی آزاد را در عراق بنیان نهند تا وضعیت امنیتی و حکومتی این کشور از فساد و سوء رفتار تهی شود».

به نظر می رسد استراتژی شبکه بی.اس.ان، اتکا بر تنوع فرهنگی موجود در بریتانیاست. در گزارش های منتشر شده این شبکه، همواره به مسایلی نظیر اعطای کمک های خیرخواهانه دولت به اقلیت های نژادی اشاره می شود و مصاحبه با مسلمانان میانه روی ساکن در خاک انگلستان از برنامه های متداول این شبکه به شمار می رود. البته در موارد محدودی، انتقادهای ملایمی را از سوی این شبکه در مورد دولت اسراییل می شنویم.

در یکی از تحلیل های مرکز سیاست خارجی (FPC) آمده است: «باید مرزها و تفاوت های موجود بین سیاست ها، موضع گیری ها و موقعیت دولت های ایالات متحده و انگلستان، دقیقاً مطرح و بررسی شود.» استراتژی مبتنی بر انتقاد از امریکا که در راستای حمایت بیشتر از این کشور ارزیابی می شود، می تواند استراتژی های گسترده دولت بلر را در عراق تأیید کند. هرچند از لابه لای اسناد منتشر شده در سال گذشته نیز می توان دریافت که در طرح کلی مورد نظر بریتانیا، بر استفاده از «سازمان ملل متحد» به عنوان وسیله ای برای مشروعیت بخشی به اشغال نظامی عراق، تأکید شده است. البته همه این موارد را باید به عنوان دروغین بودن ادعاهای مطرح شده از سوی تونی بلر برای استقرار و تحکیم ارزش های پیشرفت گرایانه و توسعه جویانه دولت انگلستان در کشور عراق به شمار آورد.(۱)

۱- . www.Commondreams.org، سیاحت غرب، شماره ۴۶.

درباره مرکز

بسمه تعالی

هَلْ يَسْتَوِي الَّذِينَ يَعْلَمُونَ وَالَّذِينَ لَا يَعْلَمُونَ

آیا کسانی که می‌دانند و کسانی که نمی‌دانند یکسانند ؟

سوره زمر/ ۹

مقدمه:

موسسه تحقیقات رایانه ای قائمیه اصفهان، از سال ۱۳۸۵ هـ.ش تحت اشراف حضرت آیت الله حاج سید حسن فقیه امامی (قدس سره الشریف)، با فعالیت خالصانه و شبانه روزی گروهی از نخبگان و فرهیختگان حوزه و دانشگاه، فعالیت خود را در زمینه های مذهبی، فرهنگی و علمی آغاز نموده است.

مرامنامه:

موسسه تحقیقات رایانه ای قائمیه اصفهان در راستای تسهیل و تسریع دسترسی محققین به آثار و ابزار تحقیقاتی در حوزه علوم اسلامی، و با توجه به تعدد و پراکندگی مراکز فعال در این عرصه و منابع متعدد و صعب الوصول، و با نگاهی صرفا علمی و به دور از تعصبات و جریانات اجتماعی، سیاسی، قومی و فردی، بر مبنای اجرای طرحی در قالب « مدیریت آثار تولید شده و انتشار یافته از سوی تمامی مراکز شیعه» تلاش می نماید تا مجموعه ای غنی و سرشار از کتب و مقالات پژوهشی برای متخصصین، و مطالب و مباحثی راهگشا برای فرهیختگان و عموم طبقات مردمی به زبان های مختلف و با فرمت های گوناگون تولید و در فضای مجازی به صورت رایگان در اختیار علاقمندان قرار دهد.

اهداف:

۱.بسط فرهنگ و معارف ناب ثقلین (کتاب الله و اهل البیت علیهم السلام)

۲.تقویت انگیزه عامه مردم بخصوص جوانان نسبت به بررسی دقیق تر مسائل دینی

۳.جایگزین کردن محتوای سودمند به جای مطالب بی محتوا در تلفن های همراه ، تبلت ها، رایانه ها و ...

۴.سرویس دهی به محققین طلاب و دانشجو

۵.گسترش فرهنگ عمومی مطالعه

۶.زمینه سازی جهت تشویق انتشارات و مؤلفین برای دیجیتالی نمودن آثار خود.

سیاست ها:

۱.عمل بر مبنای مجوز های قانونی

۲.ارتباط با مراکز هم سو

۳.پرهیز از موازی کاری

۴.صرفا ارائه محتوای علمی

۵.ذکر منابع نشر

بدیهی است مسئولیت تمامی آثار به عهده ی نویسنده ی آن می باشد .

فعالیت های موسسه :

۱.چاپ و نشر کتاب، جزوه و ماهنامه

۲.برگزاری مسابقات کتابخوانی

۳.تولید نمایشگاه های مجازی: سه بعدی، پانوراما در اماکن مذهبی، گردشگری و...

۴.تولید انیمیشن، بازی های رایانه ای و ...

۵.ایجاد سایت اینترنتی قائمیه به آدرس: www.ghaemiyeh.com

۶.تولید محصولات نمایشی، سخنرانی و...

۷.راه اندازی و پشتیبانی علمی سامانه پاسخ گویی به سوالات شرعی، اخلاقی و اعتقادی

۸.طراحی سیستم های حسابداری، رسانه ساز، موبایل ساز، سامانه خودکار و دستی بلوتوث، وب کیوسک، SMS و...

۹.برگزاری دوره های آموزشی ویژه عموم (مجازی)

۱۰.برگزاری دوره های تربیت مربی (مجازی)

۱۱. تولید هزاران نرم افزار تحقیقاتی قابل اجرا در انواع رایانه، تبلت، تلفن همراه و... در ۸ فرمت جهانی:

۱.JAVA

۲.ANDROID

۳.EPUB

۴.CHM

۵.PDF

۶.HTML

۷.CHM

۸.GHB

و ۴ عدد مارکت با نام بازار کتاب قائمیه نسخه :

۱.ANDROID

۲.IOS

۳.WINDOWS PHONE

۴.WINDOWS

به سه زبان فارسی ، عربی و انگلیسی و قرار دادن بر روی وب سایت موسسه به صورت رایگان .

درپایان :

از مراکز و نهادهایی همچون دفاتر مراجع معظم تقلید و همچنین سازمان ها، نهادها، انتشارات، موسسات، مؤلفین و همه

بزرگوارانی که ما را در دستیابی به این هدف یاری نموده و یا دیتا های خود را در اختیار ما قرار دادند تقدیر و تشکر می نماییم.

آدرس دفتر مرکزی:

اصفهان -خیابان عبدالرزاق - بازارچه حاج محمد جعفر آباده ای - کوچه شهید محمد حسن توکلی -پلاک ۱۲۹/۳۴- طبقه اول

وب سایت: www.ghbook.ir

ایمیل: Info@ghbook.ir

تلفن دفتر مرکزی: ۰۳۱۳۴۴۹۰۱۲۵

دفتر تهران: ۸۸۳۱۸۷۲۲ ـ ۰۲۱

بازرگانی و فروش: ۰۹۱۳۲۰۰۰۱۰۹

امور کاربران: ۰۹۱۳۲۰۰۰۱۰۹


مرکز تحقیقات رایانه ای
قائمیه
اصفهان
www
برای داشتن کتابخانه های‌تخصصی
دیگر به سایت این مرکز به نشــانی
www.Ghaemiyeh.com
www.Ghaemiyeh.net
www.Ghaemiyeh.org
www.Ghaemiyeh.ir
مراجعه و برای سفارش با ما تماس بگیرید.
۰۹۱۳ ۲۰۰۰ ۱۰۹